

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ
ТАДЖИКИСТАН
МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ**

«Утверждаю»

Декан факультета экономики и
управления

Н.С. Расулов

« 29 » 2025 г.



Рабочая программа учебной дисциплины

«Digital-маркетинг»

Направление подготовки 38.04.02. «МЕНЕДЖМЕНТ»

Профиль подготовки – **Международный менеджмент**

Форма подготовки – очная

Квалификация (степень) - **Магистр**

ДУШАНБЕ - 2025

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от _____ № _____

При разработке рабочей программы учитываются

- требования работодателей;
- содержание программ дисциплин/модулей, изучаемых на предыдущих и последующих этапах обучения;
- новейшие достижения в данной предметной области.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга протокол № 1 от 28 августа 2025 г.

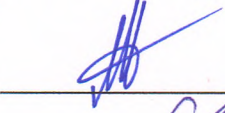
Рабочая программа утверждена УМС факультета «ЭВ» ОВ протокол № 1 от 29 августа 2025 г.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга протокол № 1 от 26 августа 2021 г.

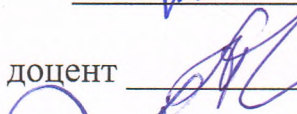
Рабочая программа утверждена УМС факультета «1» _____ протокол № 1 от 28 августа 2021 г.

Рабочая программа утверждена Ученым советом факультета «1» 1 29.08.25, протокол № 1 от 29 августа 2025 г.

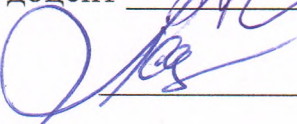
Заведующая кафедрой к.э.н., доцент

 Абдулаева М.Р.

Зам. председателя УМС факультета к.э.н., доцент

 Шодиева Т.Г.

Разработчик: к.э.н., доцент

 Солиева Л.Ф.

Разработчик (ки) от организации: _____ Шоев С.
руководитель отдела HR ООО «55Group»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная дисциплина «Digital- маркетинг» предназначена для реализации на второй ступени высшего образования. Предметом дисциплины является сфера интернет-маркетинга, включающая в себя различные формы, средства и способы реализации маркетинговых стратегий продвижения товаров и услуг в сети интернет. Учебная программа дисциплины «Digital-маркетинг» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом и учебным планом по направлению 38.04.02 «Менеджмент», профиль подготовки «Международный менеджмент».

1.1. Цели изучения дисциплины

Усиление конкуренции на внутренних и внешних рынках РТ, формирование рыночной системы хозяйствования в отраслях народнохозяйственного комплекса актуализируют проблему подготовки специалистов маркетинга, профессионально разбирающихся в особенностях своей отрасли и в проблемах эффективного бизнеса в ней.

Для будущих маркетологов это предполагает необходимость изучения современных маркетинговых инструментов, связанных с сетью Интернет.

Цель дисциплины – дать систематизированные знания в области интернет-маркетинга и сформировать умения и навыки использования основных маркетинговых инструментов в интернет, а также оценки их эффективности.

1.2. Задачи изучения дисциплины

Задачи дисциплины:

- раскрыть основные понятия и категории в сфере интернет-маркетинга;
- ознакомить с основными инструментами и стратегиями реализации интернет-маркетинга;
- рассмотреть национальные и международные правовые документы в сфере регулирования интернет-маркетинга;
- изучить современные перспективные направления развития интернет-маркетинга в мировом сообществе;
- определить специфику использования различных средств интернет-маркетинга в Республике Таджикистан.

1.3. В результате освоения дисциплины «Диджитал маркетинг» формируются следующие (общекультурные - ОК, общепрофессиональные – ОПК, профессиональные – ПК) компетенции обучающегося:

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию
ПК-4 Способен организовать электронную коммерцию	ПК-4	ИПК 4.1. Знает: - нормативную базу в области управления электронной коммерции; - основы SMM; - основы таргетинга - digital-marketing; - основы продвижения через web-платформы ИПК 4.2. Умеет: - применять нормативную документацию в области управления электронной коммерции; - применять основные инструменты продвижения продуктов в сети – интернет. ИПК 4.3. Владеет: - продвижением в SMM; - таргетингом в социальных сетях; -настраиванием рекламы на ЦА на основных платформах в сети-интернет; -копирайтингом.	Лекция Практика КСР Работа с научно-методической и учебной литературой Самостоятельная работа

1.4. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- нормативную базу в области управления электронной коммерции в РТ;
- основы SMM;
- основы таргетинга;
- основы продвижения через web-платформы.

Уметь:

- применять нормативную документацию в области управления электронной коммерции;
- применять основные инструменты продвижения продуктов в сети – интернет.

Владеть:

- продвижением в SMM;
- таргетингом в социальных сетях;
- настраиванием рекламы на ЦА на основных платформах в сети-интернет;
- копирайтингом.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Предмет «Digital-маркетинг» относится к обязательным дисциплинам (Б1.В.ДВ.02.01) ОПОП направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», профиль подготовки «Международный менеджмент» и проводится на 1-ом семестре очной формы обучения. Дисциплина «Digital-маркетинг» имеет теоретическую и практическую направленность. В ходе изучения данной дисциплины предполагается не только теоретическое осмысление сущностных закономерностей развития форм, средств и способов Интернет-маркетинга, но и формирование у студентов практических навыков работы с различными инструментами Интернет-маркетинга.

Логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами ОПОП, указанными в нижеследующей таблице:

Таблица 1

№	Название дисциплины	Курс	Место дисциплины в структуре ООП
1.	Методы исследований в менеджменте	1	Б1.О.07
2.	Международный бизнес	1	Б1.В.03
3.	Введение в стратегический маркетинг	1	Б1.В.ДВ.02

При освоении данной дисциплины необходимы умения и готовность («входные» знания) обучающегося по дисциплинам 1-3, указанных в Таблице 1.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Объем дисциплины «Digital-маркетинг» составляет 2 зачетных единицы, всего 72 часа, из которых: лекции – 6 часов, практические занятия – 8 часов, всего часов аудиторной нагрузки – 14, КСР - 20 часов, самостоятельная работа - 38 часа.

Зачет – 1-й семестр очной формы обучения

№ п/п	Раздел Дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Литература
I семестр					
		Лек.	Пр.	КСР	
1	Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга	2		2	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]
2	Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга Сущность и развитие интернет-маркетинга. Электронный бизнес и электронная торговля.		2		Основная [1-2] Дополнительная [1-3]

3	Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга Сайт организации как инструмент-маркетинга			2	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]
4	Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга Функциональное назначение и ресурсы Интернет		2		Основная [1-2] Дополнительная [1-3]
5	Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга Портрет интернет аудитории			2	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]
6	Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга Требования к интернет-маркетологу		2		Основная [1-2] Дополнительная [1-3]
7	Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга Маркетинг в социальных сетях			2	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]
8	Тема 2. Разработка интернет-стратегии	2		2	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]

9	Тема 2. Разработка интернет-стратегии Этапы построения системы маркетинга на основе сайта организации	2			Основная [1-2] Дополнительная [1-3]
10	Тема 2. Разработка интернет-стратегии Необходимы интернет-сервисы для создания сайта		2	2	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]
11	Тема 2. Разработка интернет-стратегии Лидогенерация как направление в интернет-маркетинге			2	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]
12	Тема 2. Разработка интернет-стратегии Методика повышения качество лидов			2	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]
13	Тема 2. Разработка интернет-стратегии Методика повышения качество лидов			2	

14	Тема Разработка интернет- стратегии Методика повышения качество лидов	2.		2	
Итого по семестру		6	8	20	
Всего по курсу		6	8	20	

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

4.1. План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине (очная форма обучения)

№ п/п	Объем СРС, в час.	Тема СРС	Форма и вид результатов самостоятельной работы	Форма контроля
1	2	Е-mail маркетинг	Реферат	Опрос
2	2	Стратегия сегментации в Е-mail маркетинге. Экономическая эффективность массовых рассылок.	ЭССЕ	Опрос, выступление
3	2	Тенденции современного Е-mail маркетинга	Реферат	Опрос, выступление
4	2	Модели поведения посетителей сайтов	Доклад	Защита работы
5	2	Лидогенерация, как бизнес- процесс	Письменная работа	Опрос, выступление
6	2	Методы лидогенерации	Доклад	Опрос, Выступление
7	2	Лэндинг. Методы и факторы успеха	Реферат	Опрос, Выступление
8	2	Электронная коммерция бизнес-бизнес В2В	ЭССЕ	Опрос, Выступление
9	4	Электронная коммерция бизнес-клиент В2С	Доклад	Защита работы
10	2	Разработка SEO-friendly сайта	Доклад	Защита работы

№ п/п	Объем СРС, в час.	Тема СРС	Форма и вид результатов самостоятельной работы	Форма контроля
11	2	Виды интернет-рекламы	Письменная работа	Опрос, выступление
12	2	Сервисы контекстной рекламы	ЭССЕ	Опрос, Выступление
13	2	SMM. Методы и стратегии	Письменная работа	Опрос, выступление
14	2	PR в интернет	Реферат	Опрос
15	2	СПАМ	ЭССЕ	Опрос, Выступление
16	4	Службы интернет и их характеристика	Письменная работа	Опрос, выступление

4.2. Характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению.

Для выполнения задания, прежде всего, необходимо ознакомиться и изучить основные положения теоретических материалов соответствующей темы из литературных источников. Они указаны в разделе 3 «Содержание и структура дисциплины». Большинство заданий выполняются в виде эссе, анализа кейсов, контрольных тестов, а также презентации результатов самостоятельно выполненного семестрового задания по выбранной теме.

Текущая СРС

Текущая самостоятельная работа включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданному проекту;
- изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку;
- подготовка к практическим работам;
- подготовка к промежуточному контролю, зачету.

Творческая проблемно-ориентированная самостоятельная работа ориентирована на развитие интеллектуальных умений, комплекса общекультурных и профессиональных компетенций, повышение творческого потенциала студентов. Включает следующие виды работ по основным проблемам курса:

- поиск, анализ, структурирование и презентация проектной информации;
- выполнение расчетно-графических работ по проекту;
- исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах;
- анализ научных публикаций по заранее определенному преподавателем проекту.

5. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература:

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 335 с.
2. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 444 с.

5.2. Дополнительная литература:

3. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 367 с.

5.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Википедия, свободная энциклопедия [Элек-тронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// ru.wikipedia.org](http://ru.wikipedia.org)
2. ЭБС urait.ru

5.4. Перечень информационных технологий и программного обеспечения Используются лицензионное программное обеспечение ОС Windows-7

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Основой освоения курса должны явиться аудиторные занятия – лекции и практическая работа (семинары, решение задач, знакомство с реальными материалами), полученные знания закрепляются в ходе самостоятельной работы студентов – выполнение домашних заданий, знакомство со специальной литературой, написание рефератов, подготовка к семинарским занятиям.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Текущий контроль студентов осуществляется путем написания эссе, анализа кейсов, контрольных тестов, выполнения самостоятельного задания, обсуждения теоретических вопросов.

Промежуточная аттестация осуществляется путем опроса и проверки письменных работ.

Итоговый контроль проводится в форме опроса с использованием интервью, тестов, рассмотрения результатов письменных работ, ситуационных заданий.

Контролирующие материалы по дисциплине содержат:

Контрольные вопросы для проведения итоговой аттестации.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации дисциплины на факультете Информационных технологий РТСУ имеются 5 компьютерных классов, 2 из которых обеспечены электронными досками. При этом будут задействованы следующие технические средства обучения и оборудование:

1. Мультимедиа проектор.
2. Экран настенный.
3. Интерактивная доска.
4. Акустическая система.
5. Персональный компьютер и ноутбук.
6. Программные средства.
7. Интернет-ресурсы.

В начале изучения дисциплины студентам предоставляется список основной литературы по предмету. Дополнительная литература демонстрируется по мере необходимости.

На лекциях студенту кратко излагается основной теоретический материал. На практических занятиях студент получает задание с указанием последовательности его выполнения. Студент получает рабочую программу. Степень усвоения теоретического материала и практических упражнений проверяется промежуточным контролем и зачетом. Самостоятельная работа

студента проводится в виде подготовки конспектов по разделам курса и презентации проекта.

Содержание текущего контроля, промежуточной аттестации, итогового контроля раскрываются в фонде оценочных средств, предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС ВО.

ФОС по дисциплине является логическим продолжением рабочей программы учебной дисциплины. ФОС по дисциплине прилагается.