

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о подписи:
ФИО: Хоружий Людмила Ивановна
Должность: Директор Института экономики и управления АПК
Дата подписания: 06.05.2024 16:49:06
Уникальный проактивный ключ:
1e90b132d9b04dce67585160b015dddf2cb1e6a9



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –
МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА»**
(ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)

Институт экономики и управления АПК
Кафедра прикладной информатики



УТВЕРЖДАЮ:
Директор Института экономики и управления АПК
Л.И. Хоружий
Л.И. Хоружий
06 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.02.02 «Цифровой маркетинг»

для подготовки магистров

ФГОС ВО


Направление: 09.04.03 «Прикладная информатика»
Направленность: «Цифровая трансформация бизнеса»

Курс: 1
Семестр: 1

Форма обучения: очная
Год начала подготовки: 2023

Москва, 2023

Разработчик: Степанцевич М.Н., к.э.н., доцент


«22» 05 2023 г.


Рецензент: Ашмарина Т.И., к.э.н., доцент


«22» 05 2023 г.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 09.04.03 «Прикладная информатика» и учебного плана по данному направлению.

Программа обсуждена на заседании кафедры прикладной информатики протокол № 9 от «22» 05 2023 г.


И.о. зав. кафедрой: Худякова Е.В., д.э.н., профессор


«22» 05 2023 г.


Согласовано:

Председатель учебно-методической
комиссии института экономики и управления АПК:

Гупалова Т.Н., к.э.н., доцент
(ФИО, ученая степень, ученое звание)


(подпись)
«19» 06 2023 г.

И.о. заведующего выпускающей кафедрой
прикладной информатики
Худякова Е.В., д.э.н., проф.


«22» 05 2023 г.

/ Заведующий отделом комплектования ЦНБ


Еремова А.В.

СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ	4
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ.....	4
3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	5
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4.1 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРУДОЁМКОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ РАБОТ ПО СЕМЕСТРАМ	7
4.2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4.3 ЛЕКЦИИ/ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	9
5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	12
6. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13
6.1. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	13
6.2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ	15
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	16
7.1 ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	16
7.2 ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.
8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (ОТКРЫТЫЙ ДОСТУП).....	17
9. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ.....	18
10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	18
11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ МАГИСТРАНТАМ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..	19
12. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	20

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «Цифровой маркетинг» для подготовки магистра по направлению 09.04.03 «Прикладная информатика», направленность «Цифровая трансформация бизнеса»

Цель освоения дисциплины: овладение студентами знаниями видов информационных сервисов для цифровизации маркетинговых процессов в АПК, к использованию информационных сервисов для выявления направлений цифровизации маркетинга в АПК, способностью к использованию информационных сервисов для анализа потребностей, уровня и перспектив цифровизации маркетинга в АПК.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в часть, формируемую участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору), дисциплина осваивается в 1 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции (индикаторы): ПКос-5.1, ПКос-5.2, ПКос-5.3.

Краткое содержание дисциплины:

Основные понятия дисциплины. Нормативно-правовое регулирование цифровой экономики в РФ. Характеристика технологий цифрового маркетинга. Анализ перспектив развития цифрового маркетинга с использованием информационных сервисов. Кадровое обеспечение развития цифрового маркетинга. Применение информационных сервисов для оценки потребности цифрового маркетинга в кадрах. Цифровизация маркетинга в АПК. Использование информационных сервисов для анализа уровня цифровизации маркетинга в АПК. Оценка эффективности цифровизации маркетинга. Методика экономической оценки эффективности цифрового проекта в области маркетинга. Оценка функциональной и социальной эффективности цифрового проекта в области маркетинга.

Общая трудоемкость дисциплины: 108/3 (часы/зач. ед.).

Промежуточный контроль: зачет.

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Цифровой маркетинг» является овладение студентами знаниями видов информационных сервисов для цифровизации маркетинговых процессов в АПК, к использованию информационных сервисов для выявления направлений цифровизации маркетинга в АПК, способностью к использованию информационных сервисов для анализа потребностей, уровня и перспектив цифровизации маркетинга в АПК.

2. Место дисциплины в учебном процессе

Дисциплина «Цифровой маркетинг» включена в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору), направления 09.04.03 «Прикладная информатика», осваивается в 1 семестре. Дисциплина «Цифровой маркетинг» реализуется в соответствии с требова-

ниями ФГОС ВО, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 09.04.03 «Прикладная информатика».

Дисциплина не предусматривает наличие специальных требований к входным знаниям, умениям и компетенциям студента.

Дисциплина «Цифровой маркетинг» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: «Информационное общество и проблемы прикладной информатики», «Технологии big data в экономике», «Геоинформационные технологии в АПК», «Технологии искусственного интеллекта в экономике», «Цифровые платформы в АПК», «Веб-технологии поддержки агробизнеса», «Управление ИТ-проектами», «Анализ и моделирование бизнес-процессов предприятия».

Рабочая программа дисциплины «Цифровой маркетинг» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенций, представленных в таблице 1.

Таблица 1

Требования к результатам освоения учебной дисциплины

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Индикатор достижения компетенции и его содержание	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				Знать	Уметь	Владеть
1.	ПКос-5	Способность использовать информационные сервисы для автоматизации прикладных и информационных процессов	ПКос-5.1 Знать: виды информационных сервисов для автоматизации процессов в АПК	Знать: виды информационных сервисов для цифровизации маркетинговых процессов в АПК	-	-
			ПКос-5.2 Уметь: использовать информационные сервисы в АПК	-	Уметь: использовать информационные сервисы для анализа потребностей, уровня и перспектив цифровизации маркетинга в АПК	-
			ПКос-5.3 Владеть подходами к использованию информационных сервисов в АПК	-	Владеть подходами к использованию информационных сервисов для выявления направлений цифровизации маркетинга в АПК	

4. Структура и содержание дисциплины

4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач. единицы (108 часов), их распределение по видам работ и семестрам представлено в табл. 2.

Таблица 2

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоёмкость (1 семестр), час./*
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	108/4
1. Контактная работа:	34,25/4
Аудиторная работа	34,25/4
<i>в том числе</i>	
лекции (Л)	8
практические занятия (ПЗ)	26/4
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	0,25
2. Самостоятельная работа (СРС)	73,75
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, проектной работе и т.д.)	64,75
Подготовка к зачету	9
Вид промежуточного контроля:	зачёт

* в том числе практическая подготовка

4.2 Содержание дисциплины

Таблица 3

Тематический план учебной дисциплины

Наименование тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ/*	ПКР	
Тема 1. Основные понятия дисциплины. Нормативное регулирование цифровой экономики в РФ.	21	2	4	-	15
Тема 2. Технологии цифрового маркетинга.	18	1	2	-	15
Тема 3. Перспективы развития цифрового маркетинга.	12	1	4	-	7
Тема 4. Кадровое обеспечение развития цифрового маркетинга.	13	1	2	-	10
Тема 5. Цифровизация маркетинга в АПК.	21	1	10	-	10
Тема 6. Оценка эффективности цифровизации маркетинга.	22,75	2	4/4	-	16,75
Контактная работа (КРА)	0,25	-	-	0,25	-
Итого по дисциплине	108	8	26/4	0,25	73,75

* в том числе практическая подготовка

Тема 1. Основные понятия дисциплины. Нормативно-правовое регулирование цифровой экономики в РФ.

Основные понятия дисциплины. Цель и определяющие задачи дисциплины. Структура и концептуальные положения дисциплины. Понятийный аппарат цифрового маркетинга. Основные направления цифровизации маркетинга. Место РФ в мире по уровню цифровизации. Роль государства в цифровой трансформации экономики. Нормативные правовые акты, регулирующие развитие цифровой экономики. Национальная программа «Цифровая экономика РФ».

Тема 2. Технологии цифрового маркетинга.

Роль «сквозных» цифровых технологий в маркетинге. Характеристика «сквозных» цифровых технологий. Большие данные. Искусственный интеллект и нейротехнологии. Технологии распределенных реестров (блокчейн). Квантовые технологии. Новые производственные технологии. Аддитивные технологии. Суперкомпьютерные технологии. Компьютерный инжиниринг. Промышленный интернет. Компоненты робототехники (промышленные роботы). Технологии беспроводной связи. Технологии виртуальной реальности.

Тема 3. Перспективы развития цифрового маркетинга.

Глобальные тенденции цифровизации маркетинга. Цифровая трансформация маркетинга в мире. Экономические и социальные преимущества цифровизации маркетинга. Негативные последствия и риски цифровизации маркетинга. Киберустойчивость и кибербезопасность. Примеры цифровизации маркетинга. Зарубежный опыт цифровизации маркетинга.

Тема 4. Кадровое обеспечение развития цифрового маркетинга.

Потребности цифрового маркетинга в кадрах. Кадровый потенциал цифровизации маркетинга: определение, навыки, свойства. Рынок труда и компетенции кадров в цифровую эпоху. Характеристика CDO. Свойства и навыки CDO. Кадровые проблемы цифровизации маркетинга. Влияние цифровых технологий на рынок труда. Изменения потребностей в персонале и требований к специалистам. Перспективные профессии, востребованные рынком в условиях цифровизации маркетинга.

Тема 5. Цифровизация маркетинга в АПК.

Цифровизация аграрного маркетинга. Направления цифровизации аграрного маркетинга. Проект Министерства сельского хозяйства РФ «Цифровое сельское хозяйство». Виды информационных сервисов для цифровизации маркетинговых процессов в АПК. Программные решения для цифровизации маркетинговых процессов в АПК.

Тема 6. Оценка эффективности цифровизации маркетинга.

Экспериментальная оценка затрат на развитие цифрового маркетинга. Особенности оценки эффективности цифрового проекта в области маркетинга. Методика экономической оценки эффективности цифрового проекта в области маркетинга. Оценка функциональной и социальной эффективности цифрового проекта в области маркетинга.

4.3 Лекции/практические занятия

Таблица 4

Содержание лекций/ практических занятий и контрольные мероприятия

№ п/п	№ темы	№ и название лекций/ практических занятий	Формируемые компетенции (индикаторы)	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов/ из них практическая подготовка
1.	Тема 1. Основные понятия дисциплины. Нормативное регулирование цифровой экономики в РФ.				6
	Тема 1. Основные понятия дисциплины. Нормативно-правовое регулирование цифровой экономики в РФ.	Лекция № 1. Основные понятия дисциплины. Нормативное регулирование цифровой экономики в РФ.	ПКос-5.1, ПКос-5.2, ПКос-5.3	-	2
		Практическое занятие № 1. Освоение основных понятий дисциплины.	ПКос-5.1, ПКос-5.2, ПКос-5.3	устный опрос	2
		Практическое занятие № 2. Нормативно-правовое регулирование цифровой экономики в РФ.	ПКос-5.1, ПКос-5.2, ПКос-5.3	устный опрос, защита практической работы	2
2.	Тема 2. Технологии цифрового маркетинга.				3
	Тема 2. Технологии цифрового маркетинга.	Лекция № 2. Технологии цифрового маркетинга.	ПКос-5.1, ПКос-5.2, ПКос-5.3	-	1
		Практическое занятие № 3. Характеристика технологий цифрового маркетинга.	ПКос-5.1, ПКос-5.2, ПКос-5.3	устный опрос, защита практической работы	2
3.	Тема 3. Перспективы развития цифровой экономики.				5
	Тема 3. Перспективы развития цифрового маркетинга.	Лекция № 3. Технологии цифрового маркетинга.	ПКос-5.1, ПКос-5.2, ПКос-5.3	-	1
		Практическое занятие №4. Анализ перспектив развития цифрового маркетинга помощью информационных сервисов.	ПКос-5.1, ПКос-5.2, ПКос-5.3	устный опрос, защита практической работы	4

№ п/п	№ темы	№ и название лекций/ практических занятий	Формируемые компетенции (индикаторы)	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов/ из них практическая подготовка
4	Тема 4. Кадровое обеспечение развития цифрового маркетинга.				3
	Тема 4. Кадровое обеспечение развития цифрового маркетинга.	Лекция № 4. Кадровое обеспечение развития цифрового маркетинга.	ПКос-5.1, ПКос-5.2, ПКос-5.3	-	1
		Практическое занятие № 5. Применение информационных сервисов для оценки потребности цифрового маркетинга в кадрах.	ПКос-5.1, ПКос-5.2, ПКос-5.3	устный опрос, защита практической работы	2
5	Тема 5. Цифровизация маркетинга в АПК.				11
	Тема 5. Цифровизация маркетинга в АПК.	Лекция № 5. Цифровизация маркетинга в АПК.	ПКос-5.1, ПКос-5.2, ПКос-5.3	-	1
		Практическое занятие №6. Использование информационных сервисов для анализа уровня цифровизации маркетинга в АПК.	ПКос-5.1, ПКос-5.2, ПКос-5.3	устный опрос, защита практической работы, защита проектной работы «Мультимедийная презентация»	4
		Практическое занятие №7. Основные подходы к использованию информационных сервисов для выявления направлений цифровизации маркетинга в АПК.	ПКос-5.1, ПКос-5.2, ПКос-5.3	устный опрос, защита практической работы, защита проектной работы «Мультимедийная презентация»	6
6	Тема 6. Оценка эффективности цифровизации маркетинга.				6

№ п/п	№ темы	№ и название лекций/ практических занятий	Формируемые компетенции (индикаторы)	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов/из них практическая подготовка
	Тема 6. Оценка эффективности цифровизации маркетинга.	Лекция №6. Оценка эффективности цифровизации маркетинга.	ПКос-5.1, ПКос-5.2, ПКос-5.3	-	2
		Практическое занятие №8. Методика экономической оценки эффективности цифрового проекта в области маркетинга.	ПКос-5.1, ПКос-5.2, ПКос-5.3	устный опрос, защита практической работы	2/2
		Практическое занятие №9. Оценка функциональной и социальной эффективности цифрового проекта в области маркетинга.	ПКос-5.1, ПКос-5.2, ПКос-5.3	устный опрос, защита практической работы	2/2

Таблица 5

Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины

№ п/п	№ темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
1.	Тема 1. Основные понятия дисциплины. Нормативное регулирование цифровой экономики в РФ.	Различные подходы к характеристике цифрового маркетинга. Мировой опыт нормативно-правового регулирования цифровизации. Цифровое государственное управление. ПКос-5.1, ПКос-5.2, ПКос-5.3
2.	Тема 2. Технологии цифрового маркетинга.	Основные направления применения цифровых технологий в аграрном маркетинге. Основные барьеры развития цифровых технологий в аграрном маркетинге. Федеральный проект «Цифровые технологии». ПКос-5.1, ПКос-5.2, ПКос-5.3
3.	Тема 3. Перспективы развития цифрового маркетинга.	Национальная программа «Цифровая экономика РФ»: анализ перспектив развития цифровой экономики РФ. ПКос-5.1, ПКос-5.2, ПКос-5.3
4.	Тема 4. Кадровое обеспечение	Востребованные компетенции в цифровом мар-

№ п/п	№ темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
	развития цифрового маркетинга.	кетинге. Характеристика новых цифровых профессий. Характеристика кадрового потенциала в сфере маркетинга в условиях цифровизации экономики. ПКос-5.1, ПКос-5.2, ПКос-5.3
5.	Тема 5. Цифровизация маркетинга в АПК.	Мировой опыт цифровизации аграрного маркетинга. ПКос-5.1, ПКос-5.2, ПКос-5.3
6.	Тема 6. Оценка эффективности цифровизации маркетинга.	Механизмы инвестирования в цифровизацию маркетинга. Экономический анализ инвестиционных проектов в сфере цифрового маркетинга. Краудинвестинг: основные понятия и характеристики. ПКос-5.1, ПКос-5.2, ПКос-5.3

5. Образовательные технологии

Таблица 6

Применение активных и интерактивных образовательных технологий

№ п/п	Тема и форма занятия		Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий
1.	Тема 1. Основные понятия дисциплины. Нормативное регулирование цифровой экономики в РФ.	Л	Лекция-визуализация
		ПЗ	Проблемно-поисковое занятие, творческие задания, групповое обсуждение
2.	Тема 2. Технологии цифрового маркетинга.	Л	Лекция-визуализация
		ПЗ	Проблемно-поисковое занятие, творческие задания, групповое обсуждение
3.	Тема 3. Перспективы развития цифрового маркетинга.	Л	Лекция-визуализация
		ПЗ	Проблемно-поисковое занятие, творческие задания, групповое обсуждение
4.	Тема 4. Кадровое обеспечение развития цифрового маркетинга.	Л	Лекция-визуализация
		ПЗ	Проблемно-поисковое занятие, творческие задания, групповое обсуждение
5.	Тема 5. Цифровизация маркетинга в АПК.	Л	Лекция-визуализация
		ПЗ	Проблемно-поисковое занятие, творческие задания, групповое обсуждение
6.	Тема 6. Оценка эффективности цифровизации маркетинга.	Л	Лекция-визуализация
		ПЗ	Проблемно-поисковое занятие, творческие задания, групповое

№ п/п	Тема и форма занятия	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий
		обсуждение

6. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины

6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности

1) Примерные вопросы для устного опроса по теме 1 «Освоение основных понятий дисциплины»

1. Понятие и сущность цифрового маркетинга.
2. Характерные черты цифрового маркетинга.
3. Понятийный аппарат цифрового маркетинга.
4. Цель и задачи дисциплины.
5. Основные направления цифровизации маркетинга.

2) Задание для выполнения практической работы по теме 7 «Основные подходы к использованию информационных сервисов для выявления направлений цифровизации маркетинга в АПК»

Задание:

1. Проанализировать потребности в цифровизации маркетинга в АПК, применяя знания основных подходов к использованию информационных сервисов, методов и средств информатики, для выявления направлений маркетинга в АПК. Выбор отрасли осуществляется магистрантом по согласованию с преподавателем с учетом тематики научно-исследовательской работы, диссертационного исследования.

2. Выявить направления цифровизации объекта исследования в области маркетинга.

3. Описать основные преимущества и недостатки направлений цифровизации маркетинга в исследуемой отрасли АПК.

4. Результаты практической работы оформить в виде проектной работы «Мультимедийная презентация».

3) Задание для выполнения проектной работы «Мультимедийная презентация» по темам 6-7

Задание: провести презентацию на тему «Анализ и выявление направлений цифровизации маркетинга в АПК», разработанную при помощи Microsoft PowerPoint. Выбор отрасли АПК осуществляется магистрантом по согласованию с преподавателем с учетом тематики научно-исследовательской работы, диссертационного исследования.

Методические указания по подготовке проектной работы:

1. Проект-презентация готовится в свободном стиле. Презентация должна содержать 20-30 слайдов.

2. В ходе выступления студент должен раскрыть результаты разработки решения для цифровой трансформации маркетинга в АПК.

3. Выступление должно длиться не более 10 минут. За время выступления студент должен осветить все слайды мультимедийной презентации.

4. В ходе выступления и демонстрации мультимедийной презентации студент должен проявить знания информационных сервисов, современных методов и средств информатики для анализа цифровой трансформации маркетинга в АПК, характеристик объекта исследования, принципов проведения публичных выступлений, особенности формирования структуры презентации.

5. После выступления студент должен ответить на вопросы преподавателя и других студентов.

4) Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине

1. Понятие и сущность цифрового маркетинга.
2. Характерные черты цифрового маркетинга.
3. Понятийный аппарат цифрового маркетинга.
4. Цель и задачи дисциплины.
5. Основные направления цифровизации маркетинга.
6. Оценка готовности стран к цифровизации экономики.
7. Место РФ в мире по уровню цифровизации.
8. Роль государства в цифровой трансформации экономики.
9. Нормативные правовые акты, регулирующие развитие цифровой экономики.
10. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации».
11. Роль «сквозных» цифровых технологий в цифровом маркетинге.
12. Характеристика «сквозных» цифровых технологий.
13. Большие данные.
14. Искусственный интеллект и нейротехнологии.
15. Технологии распределенных реестров (блокчейн).
16. Квантовые технологии.
17. Новые производственные технологии.
18. Аддитивные технологии.
19. Суперкомпьютерные технологии.
20. Компьютерный инжиниринг.
21. Промышленный интернет.
22. Компоненты робототехники (промышленные роботы).
23. Технологии беспроводной связи.
24. Технологии виртуальной реальности.
25. Глобальные тенденции цифровизации маркетинга.
26. Цифровая трансформация маркетинга в мире.
27. Экономические преимущества цифровизации экономики.
28. Социальные преимущества цифровизации маркетинга.
29. Негативные последствия цифровизации маркетинга.
30. Киберустойчивость.
31. Кибербезопасность.
32. Примеры цифровизации маркетинга.

33. Зарубежный опыт цифровизации маркетинга.
34. Потребности цифрового маркетинга в кадрах.
35. Кадровый потенциал цифровизации маркетинга: определение, навыки, свойства
36. Рынок труда в цифровую эпоху.
37. Компетенции кадров в цифровую эпоху.
38. Характеристика CDO.
39. Свойства и навыки CDO.
40. Кадровые проблемы цифровизации маркетинга.
41. Влияние цифровых технологий на рынок труда.
42. Изменения потребностей в персонале и требований к специалистам.
43. Перспективные профессии, востребованные рынком в условиях цифровизации маркетинга.
44. Цифровизация аграрного маркетинга.
45. Направления цифровизации аграрного маркетинга.
46. Проект Министерства сельского хозяйства РФ «Цифровое сельское хозяйство».
47. Виды информационных сервисов для цифровизации маркетинговых процессов в АПК.
48. Учетные программы и CRM.
49. Цифровые решения для анализа продаж.
50. Цифровые технологии для мониторинга внешней маркетинговой среды.
51. Геоинформационные системы в аграрном маркетинге.
52. Цифровые технологии в рекламной деятельности.
53. Цифровые платформы в аграрном маркетинге.
54. Цифровые технологии для планирования маркетинговых проектов в АПК.
55. Основные подходы к использованию информационных сервисов для выявления направлений цифровизации маркетинга в АПК.
56. Экспериментальная оценка затрат на развитие цифрового маркетинга.
57. Особенности оценки эффективности цифрового проекта в области маркетинга.
58. Методика экономической оценки эффективности цифрового проекта в области маркетинга.
59. Оценка функциональной эффективности цифрового проекта в области маркетинга.
60. Оценка социальной эффективности цифрового проекта в области маркетинга.

6.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

Для оценки знаний, умений, навыков и формирования компетенций по дисциплине применяется традиционная система контроля и оценки успеваемости магистрантов.

В основу традиционной системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование оценки за ответ, осуществляется в ходе текущего и промежуточного контроля знаний обучающихся.

Таблица 7

Система традиционной оценки успеваемости

Оценка	Критерии
Зачтено	Заслуживает студент, который показал достаточный объем знаний в рамках изучения дисциплины, в ответе использовал научную терминологию, умеет делать выводы без существенных ошибок, владеет инструментарием изучаемой дисциплины, умеет его использовать в решении стандартных задач, ориентируется в основных методиках, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине, выполнил практические задания, сформировал компетенции, умения и навыки, защитил проектную работу «Мультимедийная презентация».
Не зачтено	Заслуживает студент, который показал не достаточно полный объем знаний в рамках изучения дисциплины, в ответе не использовал научную терминологию, не умеет делать выводы по результатам изучения дисциплины, показывает слабое владение инструментарием изучаемой дисциплины, не умеет ориентироваться в основных методиках, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине, не выполнил практические задания, показывает низкий уровень культуры исполнения заданий, не сформировал компетенции, умения и навыки, отказывается от ответа, не защитил проектную работу «Мультимедийная презентация».

Студенты, получившие за контрольное мероприятие оценку «не зачтено» обязаны пройти его повторно и показать пороговый уровень знаний («зачтено»). Такой подход стимулирует студентов сразу хорошо подготовиться к контрольному мероприятию.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1 Основная литература

1. Копылов, Ю.Р. Основы компьютерных цифровых технологий машиностроения: учебник / Ю.Р. Копылов. – Санкт-Петербург: Лань, 2019. – 496 с. – ISBN 978-5-8114-3913-3. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/125736>. – Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Худякова, Е. В. Цифровые технологии в АПК: Учебник для студентов аграрных вузов, обучающихся по аграрным, техническим и экономическим направлениям подготовки / Е. В. Худякова, М. Н. Степанцевич, М. И. Горбачев. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью "Мегаполис", 2022. – 220 с. – URL: http://elib.timacad.ru/dl/full/s10012023TsT_v_APK.pdf/en/info - Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.2 Дополнительная литература

1. Основы бережливого производства в АПК / В. Т. Водяников, Е. В. Худякова, Н. В. Сергеева, М. Н. Степанцевич; Под ред.: Водяников В. Т. — Санкт-Петербург: Лань, 2022. — 196 с. — ISBN 978-5-507-44779-4. — Текст:

электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/266690>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Сковиков, А.Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция: учебное пособие / А.Г. Сковиков. — Санкт-Петербург: Лань, 2019. — 260 с. — ISBN 978-5-8114-3703-0. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/119637>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Украинцев, Ю.Д. Информатизация общества: учебное пособие / Ю.Д. Украинцев. — Санкт-Петербург: Лань, 2019. — 220 с. — ISBN 978-5-8114-3845-7. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/123696>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Нормативные правовые акты

1. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая)» от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 18.07.2019). Глава 70. Авторское право.

2. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации», утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р.

3. Указ Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы».

4. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ (последняя редакция).

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (открытый доступ)

Для освоения материала дисциплины рекомендуется использовать следующие Интернет-ресурсы:

1. <https://www.nalog.ru/> — Официальный сайт Федеральной налоговой службы. — открытый доступ.

2. <http://www.rsl.ru/> — Российская государственная библиотека— открытый доступ.

3. <http://www.ecsocman.hse.ru/> — Федеральный образовательный портал. — открытый доступ.

4. <http://www.gks.ru/> — Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. — открытый доступ.

5. <http://www.fedstat.ru/> — Официальный портал официальной статистики «Единая межведомственная информационно-статистическая система». — открытый доступ.

6. Поисковые системы <http://www.google.ru/>, www.yandex.ru/ и др. — открытый доступ.

7. <https://www.onesoil.ai/ru/> — Бесплатная платформа для точного земледелия. — открытый доступ.

8. <http://www.informika.ru/> — Официальный сервер Министерства образования России. — открытый доступ.

9. <http://www.mcx.ru/> – Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Российской Федерации. – открытый доступ.

10. <https://www.data-economy.ru/> – Официальный сайт автономной некоммерческой организации «Цифровая экономика». – открытый доступ.

11. <https://www.gosuslugi.ru/> – портал Государственных услуг. – открытый доступ.

9. Перечень программного обеспечения

Для проведения практических занятий по дисциплине «Цифровой маркетинг» необходим компьютерный класс, подключенный к сети Интернет, программное обеспечение, перечисленное в таблице 8.

Таблица 8

Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование темы учебной дисциплины	Наименование программы	Тип программы	Автор	Год разработки
1	Тема 1-6	Google Chrome	web-браузер	Google	2003 или выше
		Консультант Плюс, Гарант	справочно-правовая	КонсультантПлюс, Гарант	2003 или выше
		MS Office	пакет приложений	Microsoft Corp.	2003 или выше
		NetOp School	контролирующая	NetOp	2003 или выше
		Deductor Studio Pro	аналитическая	BaseGroup Labs	2003 или выше

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для чтения лекций по дисциплине «Цифровой маркетинг» требуется аудитория, оснащенная мультимедийным оборудованием.

Для проведения практических занятий требуется сетевой компьютерный класс, оборудованный ПЭВМ с установленным клиентским программным обеспечением из расчета одна ПЭВМ на одного человека. Необходимое программное обеспечение в компьютерном классе перечислено в п. 9.

Таблица 9

Сведения об обеспеченности специализированными аудиториями, кабинетами, лабораториями

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы (№ учебного корпуса, № аудитории)	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	2
Аудитория для проведения практических занятий № 309, уч. корпус № 12	Видеопроектор и экран для вывода изображения через проектор
Аудитория для проведения практических занятий №310, уч. корпус №12	Персональные компьютеры в количестве 24 штук
Аудитория для проведения практических занятий №315, уч. корпус №12	Персональные компьютеры в количестве 20 штук
Центральная научная библиотека имени Н.И. Железнова, читальный зал	
Общежитие, комнаты для самоподготовки	

11. Методические рекомендации магистрантам по освоению дисциплины

Посещение лекционных (с конспектированием рассматриваемых вопросов) и практических занятий (с выполнением практических работ), а также проработка рекомендуемой литературы являются необходимым и достаточным условием для получения необходимых знаний, практических умений и навыков по изучаемой дисциплине.

Подготовка студентов к занятиям носит индивидуальный характер, но такая подготовка должна включать чтение конспектов лекций и рекомендуемой литературы, что позволяет усвоить необходимые знания по изучаемой теме. Для получения консультаций по вопросам, ответы на которые студент не смог найти в процессе проработки материалов, предусмотрено внеаудиторное время.

Самостоятельная работа студентов организуется в соответствии с методическими указаниями и должна быть выполнена в объеме, предусмотренном данной рабочей программой. Самостоятельная работа формирует навыки поиска необходимой информации и способствует лучшему усвоению материала.

Выполнение заданий предусматривает работу в компьютерном классе, поэтому студент должен уметь пользоваться ПЭВМ и необходимым программным обеспечением согласно перечню в п. 9 настоящей рабочей программы.

Виды и формы отработки пропущенных занятий

Студент, пропустивший занятие лекционного типа, обязан отработать его в одной из следующих форм: индивидуальная консультация по инициативе студента (рекомендуемая форма); индивидуальная проработка студентом лекционного материала по рекомендуемой литературе, компьютерным презентациям и конспектам, выполненным другими студентами, с последующим устным опросом.

С разрешения преподавателя студент имеет право отработать пропущенное практическое задание самостоятельно и отчитаться по нему на ближайшем практическом занятии (если это не противоречит его плану) либо во время, назначенное преподавателем для индивидуальных консультаций.

Пропуск занятия по документально подтвержденной деканатом уважительной причине не является основанием для снижения оценки выполненной практической работы.

12. Методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине

Для обеспечения большей наглядности лекционные занятия должны проводиться в аудиториях, оборудованных проекционной аппаратурой для демонстрации компьютерных презентаций. По каждой теме (вопросу) преподаватель должен сформировать список рекомендуемой литературы.

Начало практических занятий следует отводить под обсуждение вопросов студентов по содержанию и методике выполнения практических заданий. Допускается при таком обсуждении использование одной из технологий интерактивного обучения. Для проведения индивидуальных консультаций должно быть предусмотрено внеаудиторное время.


При проведении практических занятий для формирования профессиональных компетенций необходимо использовать активные и интерактивные образовательные технологии, описанные в п. 5 данной рабочей программы.

Невыполнение требований к практическим заданиям является основанием для повторного выполнения практических заданий с измененным объектом для заданий и снижения оценки по результатам соответствующего контрольно-аттестационного мероприятия.

Контроль знаний студентов проводится в формах текущей и промежуточной аттестаций. Текущая аттестация студентов проводится постоянно на практических занятиях с помощью контроля результатов выполнения практических заданий, устного опроса, а также на контрольной неделе. Промежуточная аттестация студентов проводится в форме зачета (1 семестр).

Программу разработала:

Степанцевич М.Н., к.э.н., доцент



РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «Цифровой маркетинг»
ОПОП ВО по направлению 09.04.03 «Прикладная информатика»,
направленность «Цифровая трансформация бизнеса»
(квалификация выпускника – магистр)

Ашмариной Татьяной Игоревной, доцентом кафедры экономики ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, кандидатом экономических наук (далее по тексту рецензент) проведено рецензирование рабочей программы дисциплины «Цифровой маркетинг» ОПОП ВО по направлению 09.04.03 «Прикладная информатика», направленность «Цифровая трансформация бизнеса» (магистратура), разработанной в ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева» на кафедре прикладной информатики (разработчик – Степанцевич М.Н., доцент, к.э.н.)

Рассмотрев представленные на рецензию материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

1. Предъявленная рабочая программа дисциплины «Цифровой маркетинг» (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 09.04.03 «Прикладная информатика». Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам.
2. Представленная в Программе **актуальность** учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору), учебного цикла – Б1.В.ДВ.
3. Представленные в Программе **цели** дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО направления 09.04.03 «Прикладная информатика».
4. В соответствии с Программой за дисциплиной «Цифровой маркетинг» закреплена одна профессиональная (ПКос-5.1, ПКос-5.2, ПКос-5.3.) **компетенция**. Дисциплина «Цифровой маркетинг» и представленная Программа способна реализовать их в объявленных требованиях.
5. **Результаты обучения**, представленные в Программе в категориях знать, уметь, владеть соответствуют специфике и содержанию дисциплины и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.
6. Общая трудоёмкость дисциплины «Цифровой маркетинг» составляет 3 зачётные единицы (108 часов).
7. Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «Цифровой маркетинг» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 09.04.03 «Прикладная информатика» и возможность дублирования в содержании отсутствует.
8. Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий, используемые при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.
9. Программа дисциплины «Цифровой маркетинг» предполагает проведение занятий в интерактивной форме.
10. Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО направления 09.04.03 «Прикладная информатика».
11. Представленные и описанные в Программе формы *текущей* оценки знаний (устный опрос, как в форме обсуждения отдельных вопросов, так и выступления, защита практических работ, защита проектной работы), соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Форма промежуточного контроля знаний студентов, предусмотренная Программой, осуществляется в форме зачета, что соответствует статусу дисциплины, как дисциплины

по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений учебного цикла – Б1.В.ДВ ФГОС ВО направления 09.04.03 «Прикладная информатика».

12. Формы оценки знаний, представленные в Программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.


13. Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 2 источника (базовый учебник), дополнительной литературой – 3 наименования, Интернет-ресурсы – 11 источников и соответствует требованиям ФГОС ВО направления 09.04.03 «Прикладная информатика».

14. Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины «Цифровой маркетинг» и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

15. Методические рекомендации студентам и методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине дают представление о специфике обучения по дисциплине «Цифровой маркетинг».

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенного рецензирования можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Цифровой маркетинг» ОПОП ВО по направлению 09.04.03 «Прикладная информатика», направленность «Цифровая трансформация бизнеса» (квалификация выпускника – магистр), разработанной Степанцевич М.Н., доцентом кафедры прикладной информатики, к.э.н., соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Рецензент: Ашмарина Т.И., доцент кафедры экономики ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, кандидат экономических наук  « 22 » 05 2022 г.
(подпись)