

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
 "Уральский государственный университет путей сообщения"
 (ФГБОУ ВО УрГУПС)

Б1.В.ДВ.01.02 Воронка продаж в интернет-маркетинге

рабочая программа дисциплины (модуля)

| | | | |
|--|---|---|------|
| Закреплена за кафедрой | Управление персоналом и социология | | |
| Учебный план | 39.03.01 СЛ-2023.plx | | |
| | Направление 39.03.01 Социология | | |
| Направленность (профиль) | Интернет-маркетинг и социальная аналитика | | |
| Квалификация | бакалавр | | |
| Форма обучения | очная | | |
| Объем дисциплины (модуля) | 6 ЗЕТ | | |
| Часов по учебному плану | 216 | Часов контактной работы всего, в том числе: | 60,1 |
| в том числе: | | аудиторная работа | 54 |
| аудиторные занятия | 54 | текущие консультации по лабораторным занятиям | 3,6 |
| самостоятельная работа | 90 | консультации перед экзаменом | 2 |
| часов на контроль | 36 | прием экзамена | 0,5 |
| Промежуточная аттестация и формы контроля: | | | |
| экзамен | 7 | | |

Распределение часов дисциплины по семестрам

| Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>) | 7 (4.1) | | Итого | |
|--|---------|-----|-------|-----|
| | Неделя | | Итого | |
| Неделя | 18 | | | |
| Вид занятий | УП | РП | УП | РП |
| Лекции | 18 | 18 | 18 | 18 |
| Лабораторные | 36 | 36 | 36 | 36 |
| Элект | 36 | 36 | 36 | 36 |
| Итого ауд. | 54 | 54 | 54 | 54 |
| Контактная работа | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Сам. работа | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Часы на контроль | 36 | 36 | 36 | 36 |
| Итого | 216 | 216 | 216 | 216 |

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| | |
|-----|--|
| 1.1 | Цель изучения дисциплины – формирование у обучающихся компетенций, направленных на подбор каналов продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет», формирование системы показателей эффективности, согласование, обоснование и распределение бюджета на продвижение. |
| 1.2 | Задачи изучения дисциплины: формирование: теоретических знаний в области продвижения товаров и услуг в информационно-коммуникационной сети «Интернет»; умений использовать методы планирования и прогнозирования продвижения; навыков подбора каналов для продвижения в сети «Интернет», автоматизации процессов продвижения с использованием современных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети и формирования системы показателей эффективности продвижения в Интернете. |

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОП

| | |
|--|------------|
| Цикл (раздел) ОП: | Б1.В.ДВ.01 |
| 2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося: | |
| Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: Аналитический маркетинг; Веб-аналитика; Интернет-маркетинг; Социология Интернета; Поведение потребителя; Маркетинг и менеджмент; Управление продажами; Электронная коммерция. В результате изучения предшествующих дисциплин у обучающихся должны быть сформированы: Знания: основ менеджмента и интернет-маркетинга, особенностей информационно-коммуникационной сети «Интернет» как маркетинговой среды, системы внутренних и внешних факторов, оказывающих влияние на поведение потребителя, теоретических основ управления продажами в макро- и микроэкономике; Умения: осуществлять социологические и маркетинговые исследования в информационно-коммуникационной сети «Интернет»; применять методы планирования и прогнозирования при формировании стратегии продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет»; Владения: навыками подбора каналов и формирования системы показателей эффективности продвижения в сети «Интернет» и анализа трафика на веб-сайт, алгоритмами планирования и прогнозирования продаж, навыками управления продажами и электронной коммерции, выявления проблемы продвижения веб-ресурсов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на основе данных систем веб-аналитики. | |
| 2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее: | |
| Производственная практика (преддипломная практика); Производственная практика (проектно-технологическая практика) | |

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

| |
|---|
| ПК-2.2: Способен обрабатывать, анализировать и интерпретировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций |
| ПК-2.2.4: Знает методологию и принципы больших данных, классификацию видов данных и их характеристики, методологию обследования процессов больших данных, базовые алгоритмы обработки больших данных |
| ПК-2.3: Способен разработать стратегию продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» и управлять стратегией интернет-продвижения |
| ПК-2.3.1: Подбирает каналы и формирует систему показателей эффективности продвижения в сети «Интернет» |

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

| | |
|------------|--|
| 3.1 | Знать: |
| 3.1.1 | принципы построения воронки продаж, особенности применения в различных отраслях, современные ресурсы автоматизации воронки продаж в информационно-коммуникационной сети "Интернет" |
| 3.2 | Уметь: |
| 3.2.1 | применять методы планирования и прогнозирования при разработке стратегии продвижения на основе воронки продаж, составлять продуктовую матрицу |
| 3.3 | Владеть: |
| 3.3.1 | приемами применения воронки продаж в различных отраслях, современными ресурсами автоматизации воронки продаж, методикой расчета бюджета на продвижение |

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| Код занятия | Наименование разделов и тем /вид занятия/ | Семестр / Курс | Часов (академических) | Компетенции | Литература | Активные формы |
|-------------|---|----------------|-----------------------|-------------|------------|----------------|
| | Раздел 1. Воронка-продаж в общей стратегии интернет-маркетинга | | | | | |

| | | | | | | |
|-----|---|---|----|----------------------|---|---|
| 1.1 | Теоретические основы понятия «Воронка продаж». Использование методологии больших данных для построения воронки продаж /Лек/ | 7 | 4 | ПК-2.2.4 ПК-2.3.1 | Л1.1 Л1.3 Л1.4Л2.2 Э1 Э2 Э3 | |
| 1.2 | Опыт внедрения воронки продаж в различных отраслях производства. Принципы построения воронки, особенности применения в различных отраслях производства /Лаб/ | 7 | 8 | ПК-2.2.4 ПК-2.3.1 | Л1.1 Л1.3 Л1.4Л2.2 Э1 Э2 Э3 | Работа в малых группах, анализ опыта внедрения воронки продаж |
| 1.3 | Изучение лекционного и дополнительного материала, подготовка к тестированию и лабораторной работе /Ср/ | 7 | 22 | ПК-2.2.4 ПК-2.3.1 | Л1.1 Л1.3 Л1.4Л2.2 Э1 Э2 Э3 | |
| | Раздел 2. Разработка стратегии продвижения на основе воронки продаж | | | | | |
| 2.1 | Этапы формирования стратегии продвижения с использованием методологии и больших данных /Лек/ | 7 | 4 | ПК-2.2.4 ПК-2.3.1 | Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.2 Э1 Э2 Э3 | |
| 2.2 | Подготовка контент-стратегии /Лаб/ | 7 | 10 | ПК-2.2.4 ПК-2.3.1 | Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.2 Э1 Э2 Э3 | Работа в малых группах, разработка контент-стратегии |
| 2.3 | Изучение лекционного и дополнительного материала, подготовка к тестированию и лабораторной работе /Ср/ | 7 | 22 | ПК-2.2.4 ПК-2.3.1 | Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.2 Э1 Э2 Э3 | |
| | Раздел 3. Продуктовая матрица (товарная политика) как основа построения воронки продаж | | | | | |
| 3.1 | Понятие продуктовой матрицы, ее элементы и их роль в повышении эффективности показателей продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" /Лек/ | 7 | 4 | ПК-2.2.4 ПК-2.3.1 | Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3 | |
| 3.2 | Принципы выбора элементов продуктовой матрицы для различных видов товаров/услуг и отраслей производства /Лаб/ | 7 | 8 | ПК-2.2.4 ПК-2.3.1 | Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3 | Работа в малых группах, составление продуктовой матрицы для выбранного товара |
| 3.3 | Изучение лекционного и дополнительного материала, подготовка к тестированию и лабораторной работе /Ср/ | 7 | 22 | ПК-2.2.4 ПК-2.3.1 | Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3 | |
| | Раздел 4. Автоматизация процессов продаж с использованием современных ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет» | | | | | |
| 4.1 | Автоматизация воронки продаж как способ повышения показателей эффективности использования бюджета на продвижение /Лек/ | 7 | 6 | ПК-2.2.4 ПК-2.3.1 | Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3 | |
| 4.2 | Современные ресурсы автоматизации воронки продаж в информационно-коммуникационной сети "Интернет". Расчет бюджета на продвижение. Показатели эффективности продвижения на основе воронки продаж /Лаб/ | 7 | 10 | ПК-2.2.4 ПК-2.3.1 | Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3 | Работа в малых группах, анализ опыта внедрения воронки продаж с использованием прикладного ПО, отработка методов расчета бюджета на продвижение |

| | | | | | | |
|-----|---|---|----|----------------------|--|--|
| 4.3 | Взаимодействие с обучающимися по вопросам текущего контроля в электронной информационно-образовательной среде: консультирование по вопросам лабораторных работ и самостоятельной работы /Элект/ | 7 | 36 | ПК-2.2.4 ПК-2.3.1 | Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3 | |
| 4.4 | Изучение лекционного и дополнительного материала, подготовка к лабораторной работе и итоговому тестированию. Подготовка к промежуточной аттестации /Ср/ | 7 | 24 | ПК-2.2.4 ПК-2.3.1 | Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3 | |
| 4.5 | Промежуточная аттестация /Экзамен/ | 7 | 36 | ПК-2.2.4 ПК-2.3.1 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3 | |

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Фонд оценочных материалов по дисциплине (модулю), состоящий из ФОМ для текущего контроля и проведения промежуточной аттестации обучающихся, разрабатывается по каждой дисциплине. Оценочные материалы размещаются на странице данного курса в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru), доступной через личный кабинет обучающегося.

Фонд оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю), включая порядок проведения промежуточной аттестации, систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок, примеры типовых заданий или иных материалов, необходимых для оценки знаний, умений, навыков, используемых для промежуточной аттестации по дисциплине, приведен в приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1.1. Основная учебная литература

| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год | Web-ссылка |
|------|---|---|---|---|
| Л1.1 | | Продажи: Научно-популярная литература | Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2020 | http://znanium.com |
| Л1.2 | Питерсен В. | Стратегия как обучение: новый взгляд на процесс создания ценности и борьбы за конкурентное преимущество: Научно-популярная литература | Москва: Интеллектуальная Литература, 2020 | http://znanium.com |
| Л1.3 | Канина Н. П. | Продажи: основы, технология, практика: учебно-методическое пособие | Новосибирск: СГУПС, 2020 | http://e.lanbook.com |
| Л1.4 | Макшанов А. В., Журавлев А. Е., Тындыкарь Л. Н. | Большие данные. Big Data: учебник для вузов | Санкт-Петербург: Лань, 2022 | http://e.lanbook.com |

6.1.2. Дополнительная учебная литература

| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год | Web-ссылка |
|------|----------------------------------|--|--|---|
| Л2.1 | Стефанова И. А. | Обработка данных и компьютерное моделирование: учебное пособие | Санкт-Петербург: Лань, 2020 | http://e.lanbook.com |
| Л2.2 | Липанова И. А., Андрианова Е. Е. | Информационные технологии. Работа в глобальных компьютерных сетях: учебное пособие | Санкт-Петербург: СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2019 | http://e.lanbook.com |
| Л2.3 | Богомолова Е. В. | Ценовая стратегия и тактика фирмы: учебное пособие | Липецк: Липецкий ГТУ, 2020 | http://e.lanbook.com |

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

| | |
|--|---|
| Э1 | НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА «КИБЕРЛЕНИНКА» (https://cyberleninka.ru/) |
| Э2 | eLIBRARY.RU - НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА (https://elibrary.ru/defaultx.asp) |
| Э3 | Система электронной поддержки обучения Blackboard Learn (www.bb.usurt.ru) |
| 6.3 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем | |
| 6.3.1 Перечень программного обеспечения | |
| 6.3.1.1 | Неисключительные права на ПО Windows |
| 6.3.1.2 | Неисключительные права на ПО Office |
| 6.3.1.3 | Statistica |
| 6.3.1.4 | Система электронной поддержки обучения Blackboard Learn |
| 6.3.1.5 | Statistics and Machine Learning |
| 6.3.1.6 | Справочно-правовая система КонсультантПлюс |
| 6.3.1.7 | Vortex 10 |
| 6.3.2 Перечень информационных справочных систем и профессиональных баз данных | |
| 6.3.2.1 | Справочно-правовая система "КонсультантПлюс" |
| 6.3.2.2 | Базы данных Федеральной службы государственной статистики - http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/ Единый архив экономических и социологических данных http://sophist.hse.ru/ |
| 6.3.2.3 | Базы данных Федеральной службы государственной статистики http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/ |
| 6.3.2.4 | Банк социологических данных Института социологии РАН http://www.isras.ru/Databank.html |
| 6.3.2.5 | База социологических данных ВЦИОМ http://wciom.ru/database/ |
| 6.3.2.6 | База данных ФОМ pk_vid=df01554ae5a118691540538114473ce0 |
| 6.3.2.7 | Индикаторы и аналитические отчеты Левада-центра https://www.levada.ru/category/analiticheskiye-otchet/ |
| 6.3.2.8 | Портал социологических данных РАНХиГС http://social.ranepa.ru/ |
| 6.3.2.9 | Европейское социальное исследование http://www.europeansocialsurvey.org/ |
| 6.3.2.10 | CESSDA Consortium of European Social Science Data Archives http://cessda.net/ |

| 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) | |
|--|--|
| Назначение | Оснащение |
| Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа | Специализированная мебель Демонстрационное оборудование - Комплект мультимедийного оборудования Учебно-наглядные пособия - презентационные материалы |
| Учебная аудитория для проведения практических занятий (занятий семинарского типа) | Специализированная мебель Технические средства обучения - Комплект мультимедийного оборудования |
| Компьютерный класс - Учебная аудитория для самостоятельной работы студентов | Специализированная мебель Компьютерная техника с установленным лицензионным ПО, предусмотренным пунктом 6.3.1 РПД, с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета |
| Читальный зал Информационно-библиотечного центра ИБК УрГУПС - Аудитория для самостоятельной работы | Специализированная мебель Компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета |
| Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций | Специализированная мебель |
| Компьютерный класс - Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации | Специализированная мебель Компьютерная техника с установленным лицензионным ПО, включая ПО АСТ-Тест, с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета |
| Центр тестирования - Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной | Специализированная мебель Моноблоки с установленным лицензионным ПО, включая ПО АСТ-Тест, с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета |

| | |
|---|---|
| аттестации | |
| Компьютерный класс - Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практических занятий, лабораторных занятий), курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также для самостоятельной работы. | Специализированная мебель Компьютерная техника с установленным лицензионным ПО, предусмотренным пунктом 6.3.1 РПД, с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета Технические средства обучения - Комплект мультимедийного оборудования |

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Эффективное освоение дисциплины предполагает регулярное посещение всех видов аудиторных занятий, выполнение плана самостоятельной работы в полном объеме и прохождение аттестации в соответствии с календарным учебным графиком.

Обучающемуся рекомендуется ознакомиться со списком основной и дополнительной литературы и взять в библиотеке издания (необходимо иметь при себе персонализированную электронную карту и уметь пользоваться электронным каталогом «ИРБИС»). Доступ к информационным ресурсам библиотеки и информационно-справочным системам сети «Интернет» организован в читальных залах библиотеки, в компьютерных классах, в помещениях для самостоятельной работы обучающихся со стационарных ПЭВМ, либо с личного ПЭВМ (ноутбука, планшетного компьютера или иного мобильного устройства) посредством беспроводного доступа при активации индивидуальной учетной записи.

Пользование информационными ресурсами расширяет возможности освоения теоретического курса, выполнения самостоятельной работы и позволяет получить информацию для реализации творческих образовательных технологий. Комплект учебно-методических материалов по всем видам учебной деятельности, предусмотренным рабочей программой дисциплины, размещен на странице данного курса в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru), доступной через личный кабинет обучающегося.

Перечень учебно-методических материалов (учебно-методического обеспечения) для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине указан по темам дисциплины в разделе 4 РПД "Структура и содержание дисциплины", материалы размещены на странице данного курса в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru).

Методические материалы, разработанные для обеспечения образовательного процесса представлены в электронном каталоге УрГУПС.

Для закрепления теоретического материала в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru) размещены тестовые материалы. Число тренировочных попыток ограничено. Тестовые материалы сформированы в логической последовательности в соответствии с изученными темами. Совместная деятельность преподавателя и обучающихся по проверке выполнения мероприятий текущего контроля, предусмотренных рабочей программой дисциплины (модуля) организована в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru). Для корректной работы в системе обучающиеся в разделе "Личные сведения" должны ввести актуальный адрес своей электронной почты.

Формы самостоятельной работы обучающихся по данной дисциплине разнообразны. Они включают в себя:

- изучение теоретического материала (учебной, научной, методической литературы, материалов периодических изданий);
- подготовку к занятиям, предусмотренным РПД, мероприятиям текущего контроля, промежуточной аттестации и т.д.

Выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам обучающийся должен в соответствии с календарным планом изучения дисциплины, видами и сроками отчетности.

При выполнении самостоятельной работы обучающемуся рекомендуется руководствоваться учебно-методическими материалами, размещенными на странице данного курса в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru), а также учебно-методическими материалами, которые указаны для самостоятельной работы по темам дисциплины в разделе 4 РПД "Структура и содержание дисциплины (модуля)".

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения освоение дисциплины (модуля) осуществляется в электронно-информационной образовательной среде (образовательная платформа электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru)) в рамках созданного курса, что позволяет реализовывать асинхронное и синхронное взаимодействие участников образовательных отношений.