

# ГОУ ВПО РОССИЙСКО-АРМЯНСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ

Составлен в соответствии с государственными требованиями к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников по направлению «Журналистика» и Положением «Об УМКД РАУ».



«\_09\_» 08 2023

Институт: Институт Медиа, Рекламы и Кино

Кафедра: Журналистики

Автор(ы): Саркисян Р.С.

## ***РАБОЧАЯ ПРОГРАММА***

Дисциплина: Б1.О.01 Цифровой маркетинг и медиа

Направление: 42.04.02 Журналистика

Образовательная программа: Политическая, экономическая и социальная журналистика

ЕРЕВАН

## **1. Цели и задачи дисциплины:**

**Цель изучения дисциплины:** сформировать у магистрантов компетенции в практическом овладении технологиями и инструментарием цифрового маркетинга с учетом местного и международного опыта.

### **Задачи дисциплины:**

- ознакомить магистрантов с понятием «*цифровой маркетинг*» и определить его значение и роль в системе комплекса маркетинга;
- изучить основные инструменты цифрового маркетинга;
- изучить модели цифровых коммуникаций;

## **2. Взаимосвязь с другими дисциплинами специальности:**

Курс «Цифровой маркетинг и медиа» тесно взаимосвязан с такими дисциплинами специальности «Журналистика», как «Основы теории коммуникаций, реклама и PR в СМИ», «Экономика и менеджмент в СМИ», «Компьютерные технологии в журналистике и научных исследованиях», «Бизнес-модели медиа и их роль в развитии экономики» и др.

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

УК-1 УК-2 УК-3 УК-5 УК-6 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-5 ОПК-6 ПК-1

## **4. В результате освоения дисциплины магистрант:**

### **должен знать:**

- основные современные концепции и направления Digital маркетинга,
- виды и особенности применения различных инструментов Digital маркетинга;
- методы анализа эффективности и аналитики инструментов Digital рекламы;
- основные метрики правильной SEO-оптимизации веб-сайтов
- особенности аффилиатного маркетинга

**должен уметь:**

- настраивать различные системы Digital рекламы (Facebook, Instagram, LinkedIn, Google, Yandex и т.д.)
- проводить аналитику рекламных кампаний, строить стратегию, планировать и управлять проектами,
- проводить технический SEO аудит веб-сайтов
- проводить анализ ключевых слов
- настраивать различные системы Digital рекламы и веб-аналитики.

**должен владеть:**

- навыками разработки стратегии Digital маркетинга и выбора каналов цифровых коммуникаций для выполнения задач маркетинговой стратегии;
- навыками создания системы анализа эффективности проводимых мероприятий в Digital маркетинге.
- навыками проведения подробного технического аудита веб-сайтов

**Объем дисциплины и виды учебной работы**

<b>Виды учебной работы</b>	<b>Всего, в акад. часах</b>
<b>1. Общая трудоемкость изучения дисциплины по семестрам, в т. ч.:</b>	<b>72</b>
1.1. Аудиторные занятия, в т. ч.:	<b>18</b>
1.1.1. Лекции	<b>18</b>
1.1.2. Практические занятия, в т. ч.	
1.1.2.1. Обсуждение прикладных проектов	
1.1.2.2. Контрольные работы	
1.1.2.3. Другое (указать) Контроль	
1.1.3. Семинары	
1.1.4. Лабораторные работы	
1.1.5. Другие виды (указать)	
1.2. Самостоятельная работа, в т. ч.:	<b>54</b>
1.3. Консультации	
1.4. Другие методы и формы занятий	
Итоговый контроль (экзамен, зачет, диф. зачет - указать)	<b>Зачет</b>

#### **4. Содержание дисциплины:**

##### **4.1. Тематический план (Разделы дисциплины и виды занятий) по учебному плану:**

<b>Раздел дисциплины и темы</b>	<b>Всего, часов 36 (32+4 на контр.)</b>	<b>Лекции, час.</b>	<b>Практически е занятия, час.</b>	<b>Семинары, час.</b>	<b>Контрольные работы, час.</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
<b>Введение в дисциплину, общее определение предмета</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>		
<b>Раздел 1. Основы цифрового маркетинга</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>		
<b>Раздел 2. Разработка рекламных кампаний на платформах Meta и LinkedIn</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		
<b>Раздел 3. Основы SEO-продвижения сайта</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		
<b>Раздел 4. Инструменты SEO и их практическое применение</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>4</b>		
<b>Раздел 5. Разработка рекламных кампаний на платформах Google и Yandex (PPC)</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		
<b>Раздел 6. Аффилиатный маркетинг и как его использовать</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		
<b>Раздел 7. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		
<b>Раздел 8. CRM маркетинг. Плюсы и минусы, виды и применение</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		
<b>ИТОГО</b>	<b>36</b>	<b>18</b>	<b>18</b>		

## **5. Содержание учебной дисциплины**

### **Тема 1. Основы цифрового маркетинга**

Краткий сравнительный обзор инструментов интернет-маркетинга. Принцип работы контекстной рекламы. Маркетинг в социальных сетях. Поисковая оптимизация и работа с органической и платной выдачей (SEO/PPC).

### **Тема 2. Разработка рекламных кампаний на платформах Meta и LinkedIn**

Структура и этапы запуска рекламы. Виды таргетингов. Таргетированная реклама. Ретаргетинг. A/B тестирование рекламных кампаний. Анализ эффективности рекламных кампаний.

### **Тема 3. Основы SEO-продвижения сайта**

Планирование веб-сайта. Реализация веб-сайта. Привлечение пользователей на веб-сайт. Подведение итогов на основе сравнения полученных результатов с запланированными по установленным ранее критериям. Разработка семантического ядра. SEO.

### **Тема 4. Инструменты SEO и их практическое применение**

Комплексный технический аудит сайта при помощи различных инструментов (Screaming frog, Semrush, Ahrefs, Majestic). Процесс анализа ключевых слов. Написание Мета заголовков и Мета описаний. Принцип работы Офф-лайн SEO.

### **Тема 5. Разработка рекламных кампаний на платформах Google и Yandex (PPC)**

Создание PPC рекламной кампании на платформах Google и Yandex. Анализ и отчетность PPC рекламы.

### **Тема 6. Аффилиатный маркетинг и как его использовать**

Принцип и виды партнерской программы. Использование аффилиат маркетинга в бизнесе в различных сферах.

### **Тема 7. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний**

Задачи и возможности веб-аналитики. Обзор и сравнительный анализ инструментов веб-аналитики. Виды способов сбора данных. Настройка целей и анализ конверсий. Использование Google Analytics для анализа эффективности рекламных кампаний с использованием UTM-меток. Карта кликов от Яндекс.Метрики.

## **Тема 8. CRM маркетинг. Плюсы и минусы, виды и применение**

Что такое CRM маркетинг и зачем он нужен. Преимущества и недостатки CRM системы в маркетинговой деятельности. Цели и задачи CRM маркетинга, виды и этапы внедрения.

### **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

#### **Основная литература:**

1. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров / Акулич М.В. - М.: Дашков и К, 2016. - 352 с.: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=541640>
2. Функциональный и интернет-маркетинг: Монография / О.С. Сухарев, Н.В. Курманов, К.Р. Мельковская. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=398462>
3. Интернет-реклама: Учебное пособие / А.А. Годин, А.М. Годин, В.М. Комаров. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2012. - 168 с.: 60x84 1/16. (обложка) ISBN 978-5-394-00465-0, <http://znanium.com/bookread.php?book=337799>

#### **Дополнительная литература:**

1. Петин В. А. Сайт на AJAX под ключ. Готовое решение для интернет-магазина. ? СПб.: БХВ-Петербург, 2011. ? 427 с. ? (Профессиональное программирование). - ISBN 978-5-9775-0629-8. <http://znanium.com/bookread.php?book=355013>
2. Баранов А.Е. Прогноз возврата инвестиций в интернет-маркетинг. На-столярная книга маркетолога. Взгляд практика / А.Е. Баранов. ? М. : РИОР, 2017. ? 85 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=615199>
3. <https://yoast.com/>
4. [https://blog.hubspot.com/?hubs\\_content=www.hubspot.com%2F&hubs\\_content-cta=hsg-nav\\_\\_box-link&\\_ga=2.226381010.976421352.1695826788-899721481.1695826788&\\_gl=1\\*rnt29k\\*\\_ga\\*ODk5NzIxNDgxLjE2OTU4MjY3ODg.\\*\\_ga\\_LXTM6CQ0XK\\*MTY5NTgyNjc4OC4xLjAuMTY5NTgyNjc4OC42MC4wLjA](https://blog.hubspot.com/?hubs_content=www.hubspot.com%2F&hubs_content-cta=hsg-nav__box-link&_ga=2.226381010.976421352.1695826788-899721481.1695826788&_gl=1*rnt29k*_ga*ODk5NzIxNDgxLjE2OTU4MjY3ODg.*_ga_LXTM6CQ0XK*MTY5NTgyNjc4OC4xLjAuMTY5NTgyNjc4OC42MC4wLjA).

### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Освоение дисциплины «Digital маркетинг и медиа» предполагает использование мультимедийной аудитории, состоящей из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенной современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации