

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

Рабочая программа дисциплины (модуля)
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Направление и направленность (профиль)
38.04.06 Торговое дело. Управление логистическими системами

Год набора на ОПОП
2025

Форма обучения
очная

Владивосток 2026

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Современные технологии продвижения товаров и услуг» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело (утв. приказом Минобрнауки России от 12.08.2020г. №982) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

Юрченко Н.А.

Утверждена на заседании кафедры маркетинга и логистики от 20.05.2026 , протокол № 9

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Юрченко Н.А.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575639371
Номер транзакции	0000000000F7EEAE
Владелец	Юрченко Н.А.

1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целью освоения дисциплины «Современные технологии продвижения товаров и услуг» является формирование у обучающихся компетенций, позволяющих разрабатывать конкурентоспособные инновационные продукты в области интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Задачи освоения дисциплины:

- изучение теории выбора товаров на рынке (теория принятия решения о покупке), структуры интегрированных маркетинговых коммуникаций, методов оценки качества интегрированных маркетинговых коммуникаций;
- умение оценить качество интегрированных маркетинговых коммуникаций;
- владение навыками разработки конкурентоспособных инновационных продуктов в области интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
			Код результата	Формулировка результата
38.04.06 «Торговое дело» (М-ТД)				

В процессе освоения дисциплины решаются задачи воспитания гармонично развитой, патриотичной и социально ответственной личности на основе традиционных российских духовно-нравственных и культурно-исторических ценностей, представленные в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Целевые ориентиры воспитания

Воспитательные задачи	Формирование ценностей	Целевые ориентиры
Формирование гражданской позиции и патриотизма		
Развитие патриотизма и гражданской ответственности	Гражданственность Высокие нравственные идеалы	Доброжелательность и открытость Коммуникабельность Культурная идентичность Любовь к стране
Формирование духовно-нравственных ценностей		
Формирование ответственного отношения к труду	Созидательный труд	Дисциплинированность Гибкость мышления Коммуникабельность Инициативность
Формирование научного мировоззрения и культуры мышления		

Развитие познавательного интереса и стремления к знаниям	Приоритет духовного над материальным	Мотивированность Креативное мышление
Формирование коммуникативных навыков и культуры общения		
Развитие умения эффективно общаться и сотрудничать	Созидательный труд	Настойчивость и упорство в достижении цели Осознание ценности профессии Доброжелательность и открытость

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина "Современные технологии продвижения товаров и услуг" относится к элективным дисциплинам учебного плана.

3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- емкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттес- тации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
38.04.06 Торговое дело	ОФО	М01.ДВ.Б	4	3	17	4	12	0	1	0	91	Э

4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Код ре-зультата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Сущность цифрового маркетинга	РД1	1	3	0	22	собеседование, практическое задание
2	Место и роль SEO в цифровом маркетинге	РД2, РД3	1	3	0	23	собеседование, проверка практического задания

3	Место контекстной рекламы в цифровом маркетинге	РД2, РД3	1	3	0	23	собеседование, практическое задание
4	Продвижение в социальных сетях	РД2, РД3	1	3	0	23	собеседование, практическое задание
Итого по таблице			4	12	0	91	

4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

Тема 1 Сущность цифрового маркетинга.

Содержание темы: Сущность системы маркетинговых коммуникаций и место в ней цифрового маркетинга. Обзор видов деятельности, составляющих цифровой маркетинг.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекционные занятия, практические занятия.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение литературы, сайтов, выполнение практического задания.

Тема 2 Место и роль SEO в цифровом маркетинге.

Содержание темы: Содержание SEO и принципы работы поисковых систем. Техническая и текстовая оптимизация сайта. Процесс подключения сайта к SEO-сервису. Комплексный анализ и аудит сайта.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекционные занятия, практические занятия.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение литературы, сайтов, выполнение практического задания.

Тема 3 Место контекстной рекламы в цифровом маркетинге.

Содержание темы: Содержание и основные принципы контекстной рекламы. Оценка эффективности рекламных кампаний.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекционные занятия, практические занятия.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение литературы, сайтов, выполнение практического задания.

Тема 4 Продвижение в социальных сетях.

Содержание темы: Сущность продвижения в социальных сетях. Характеристика основных платформ продвижения в социальных сетях.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекционные занятия, практические занятия.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение литературы, сайтов, выполнение практического задания.

5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студентов на лекциях и практических занятиях, выполнение аттестационных мероприятий, эффективную самостоятельную работу. В процессе изучения дисциплины студенту необходимо ориентироваться на самостоятельную проработку лекционного материала,

подготовку к практическим занятиям и самостоятельное изучение некоторых вопросов курса.

5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. Гамидуллаева, Л. А. Цифровой маркетинг : учебник / Л.А. Гамидуллаева, С.В. Зинченко, Е.М. Бижанова. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 281 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/2234130. - ISBN 978-5-16-021675-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2234130> (дата обращения: 31.05.2026)

2. Милинчук, Е. С. SMM-маркетинг : учебник для вузов / Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 216 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17395-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568585> (дата обращения: 01.09.2025).

3. Федькова, Н. А. Оптимизация и продвижение сайтов : учебно-методическое пособие / Н. А. Федькова, составитель Н. А. Федькова. — Брянск : Брянский ГАУ, 2022. — 12 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/304949> (дата обращения: 25.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.2 Дополнительная литература

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. - 2-е изд., пересм. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2021. - 346 с. - ISBN 978-5-394-04250-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2082690> (Дата обращения - 05.09.2025)

2. Киреева, О. Ф. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебное пособие / О.Ф. Киреева. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 166 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-111260-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1938084> (дата обращения: 01.03.2023). – Режим доступа: по подписке.

7.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):

1. Образовательная платформа "ЮРАЙТ"
2. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
3. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM" - Режим доступа: <https://znanium.com/>
4. Электронно-библиотечная система "ЛАНЬ"
5. Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>
6. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prilib.ru/>
7. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

Основное оборудование:

- Компьютеры
- Проектор

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

Фонд оценочных средств
для проведения текущего контроля
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Направление и направленность (профиль)
38.04.06 Торговое дело. Управление логистическими системами

Год набора на ОПОП
2025

Форма обучения
очная

Владивосток 2026

1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции и	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
38.04.06 «Торговое дело» (М-ТД)		

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

Контролируемые планируемые результаты обучения		Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Очная форма обучения				
РД1	Знание : системы цифрового маркетинга	1.1. Сущность цифрового маркетинга	Практическое задание	Экзамен в письменной форме
РД2	Умение : формировать стратегию продвижения в цифровой среде	1.2. Место и роль SEO в цифровом маркетинге	Практическое задание	Экзамен в письменной форме
		1.3. Место контекстной рекламы в цифровом маркетинге	Практическое задание	Экзамен в письменной форме
		1.4. Продвижение в социальных сетях	Практическое задание	Экзамен в письменной форме
РД3	Навык : управления контекстной рекламой, seo-оптимизации, работы с социальными сетями	1.2. Место и роль SEO в цифровом маркетинге	Практическое задание	Экзамен в письменной форме
		1.3. Место контекстной рекламы в цифровом маркетинге	Практическое задание	Экзамен в письменной форме
		1.4. Продвижение в социальных сетях	Практическое задание	Экзамен в письменной форме

4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

Вид учебной деятельности	Оценочное средство		
	Практические задания	Экзамен в форме теста	Итого
Практические задания	80		80
Промежуточная аттестация		20	20
Итого	80	20	100

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обладает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

5 Примерные оценочные средства

5.1 Перечень заданий

Вы — начинающий SEO-специалист. Вам поручено провести экспресс-аудит нового клиента — локальной кофейни «КофеМир» (студенты могут выбрать любой реальный небольшой сайт из предложенного списка или согласованный с преподавателем). Задачи:

1. Инструменты: Используйте только бесплатные инструменты: Google PageSpeed Insights, Mobile-Friendly Test, Google Search Console (имитация данных), Screaming Frog (в бесплатном режиме до 500 URL).
2. Анализ: Проверьте и зафиксируйте в отчете:
 - скорость загрузки на мобильных и десктопных устройствах (Core Web Vitals: LCP, FID, CLS). Предоставьте скриншоты.
 - мобильную адаптацию. Есть ли ошибки?

- наличие и корректность файлов robots.txt и sitemap.xml.
 - состояние основных страниц (главная, меню, контакты) — коды ответа сервера, дубли страниц, отсутствующие заголовки (Title/H1).
3. Создайте краткий отчет в PowerPoint (не более 5 слайдов), включающий:
- сводную таблицу выявленных проблем с приоритизацией (Критично/Важно/Можно отложить).
 - три конкретных технических рекомендации для передачи разработчикам (например, «Оптимизировать размер изображений на главной странице», «Исправить ошибки в файле robots.txt»).

Краткие методические указания

Практические задания предполагают самостоятельное выполнение студентами исследовательской / практической задачи и представление результатов работы в формате, определяемом ведущим преподавателем

Шкала оценки

№	Кол-во баллов	Критерии
5	65	выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно
4	49-56	работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы
3	35-42	студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы
2	21-28	если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.
1	Менее 21	Цель задания не достигнута, используется заимствованный материал

5.2 экзамен в форме теста

1 Архив копий веб-страниц (база данных), который имеет свой срок обновления, в котором осуществляется поиск запрошенной пользователем информации – это:

- A. Снippet
- B. Поисковый робот
- C. Поисковый механизм
- D. Индекс поисковой системы

2 Содержание атрибута ALT – это:

- A. Текст, содержащийся на картинке. Если на картинке нет текста, он не нужен
- B. Альтернативный текст, заменяющий роботу картинку
- C. Текст, описывающий картинку. Если он не соответствует картинке, робот не индексирует этот текст и картинку
- D. Нет правильного ответа

3 Укажите показатель, который характеризует полезность вашего сайта для пользователей.

- A. CTR
- B. CPC
- C. CPM

D. ИКС

E. SERP

4 Набор ключевых слов и словосочетаний, отражающих тематику и структуру сайта содержится в ...

A. Robots.txt

B. Sitemap.html

C. Семантическое ядро

D. С니ппет

5. Укажите сервис, который предназначен для подбора ключевых слов.

A. Google

AdWords

B. Yandex

Wordstat

C. Яндекс

Директ

D. Яндекс Метрика

6. Какое количество ключевых слов позволяет повысить эффективность контекстного рекламного объявления?

1. 2-5

2. 15-20

3. Чем больше, тем лучше

7. Технология определения совокупности ключевых слов для контекстной рекламы ...

1. Использование статистики ключевых слов

2. Определение совокупности ключевых слов только на основе экспресс-опроса пользователей

3. **Определение совокупности ключевых слов на основе экспресс-опроса пользователей и использование статистики ключевых слов**

8. Как правильно формировать группу объявлений?

1. **Группа объявлений и группа соответствующих им ключевых слов**

2. Группа объявлений и одна ключевая фраза

3. Одно объявление в группе и группа соответствующих им ключевых слов

4. Одно объявление в группе и одна ключевая фраза

5. В контекстной рекламе на поиске возможна оплата....

1. за целевое действие

2. за тысячу показов

3. за клик

4. за клик и за тысячу показов

5. за клик, за тысячу показов, за целевое действие

Краткие методические указания

Экзамен по дисциплине проводится в форме тестирования, состоящего из 20 вопросов по соответствующим темам дисциплины.

За тест можно набрать максимально 20 баллов, по 1 баллу за каждый правильно ответенный вопрос.

Шкала оценки

№	Баллы*	Описание
5	19–20	студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание о

		сновной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа
4	16–18	если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой
3	13–15	знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы
2	12–10	фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ
1	0	незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе