

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Исаев Игорь Магомедович

Должность: Проректор по безопасности и общим вопросам

Дата подписания: 30.09.2023 16:41:18

Уникальный программный ключ:

d7a26b9e8ca85e98ac3de2ab454b4659d961f749

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС»

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Онлайн-продвижение образовательного продукта/ Online Marketing for Educational Products

Закреплена за подразделением

Кафедра иностранных языков и коммуникативных технологий

Направление подготовки

45.04.02 ЛИНГВИСТИКА

Профиль

Обучение иностранным языкам и педагогическое проектирование в цифровой среде / Second Language Teaching and Pedagogical Design in Digital Environments

Квалификация

магистр

Форма обучения

очная

Общая трудоемкость

3 ЗЕТ

Часов по учебному плану

108

Формы контроля в семестрах:

в том числе:

зачет с оценкой 3

аудиторные занятия

26

самостоятельная работа

82

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
	14			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	13	13	13	13
Практические	13	13	13	13
Итого ауд.	26	26	26	26
Контактная работа	26	26	26	26
Сам. работа	82	82	82	82
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

асс., Войд Н.

Рабочая программа

Онлайн-продвижение образовательного продукта/ Online Marketing for Educational Products

Разработана в соответствии с ОС ВО:

Самостоятельно устанавливаемый образовательный стандарт высшего образования - магистратура Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС» по направлению подготовки 45.04.02 ЛИНГВИСТИКА (приказ от 02.04.2021 г. № 119 о.в.)

Составлена на основании учебного плана:

45.04.02 ЛИНГВИСТИКА, 45.04.02-МЛГ-22-2.plx Обучение иностранным языкам и педагогическое проектирование в цифровой среде / Second Language Teaching and Pedagogical Design in Digital Environments, утвержденного Ученым советом ФГАОУ ВО НИТУ "МИСиС" в составе соответствующей ОПОП ВО 22.09.2022, протокол № 8-22

Утверждена в составе ОПОП ВО:

45.04.02 ЛИНГВИСТИКА, Обучение иностранным языкам и педагогическое проектирование в цифровой среде / Second Language Teaching and Pedagogical Design in Digital Environments, утвержденной Ученым советом ФГАОУ ВО НИТУ "МИСиС" 22.09.2022, протокол № 8-22

Рабочая программа одобрена на заседании

Кафедра иностранных языков и коммуникативных технологий

Протокол от 16.06.2021 г., №10

Руководитель подразделения Л.В. Бондарева

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ

1.1	научить обучающихся выбирать, настраивать и применять инструменты цифровизации для продвижения образовательного продукта
-----	--

2. МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок ОП:		Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Оценочное проектирование/ Assessment Methods and Design	
2.1.2	Методика преподавания иностранных языков / Methods and Techniques for Language Teaching	
2.1.3	Основы лингводидактики/ Learning Theories and Language Acquisition	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Основы коучинга / Introduction to coaching	
2.2.2	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.3	Производственная (педагогическая) практика	
2.2.4	Сертификация и интеллектуальная собственность / Certification and intellectual property rights	

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ФОРМИРУЕМЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ

ПК-1: Способен определять и выбирать инструменты цифровизации образования разработки и реализации программы учебной дисциплины «Иностранный язык» или других смежных с ней в соответствии с государственными и международными требованиями и осуществлять мониторинг эффективности усвоения программы обучающимися в цифровой образовательной среде	
Знать:	
ПК-1-32 инструменты цифровизации для продвижения образовательного продукта	
ПК-1-31 основные термины и понятия в сфере продвижения образовательного продукта	
Уметь:	
ПК-1-У4 выбирать и обосновывать показатели эффективности продвижения образовательного продукта	
ПК-3: Способен выявлять источники возникновения конфликтных ситуаций в межкультурной и профессиональной коммуникации, выявлять и устранять причины дискommunikации в конкретных ситуациях межкультурного профессионального взаимодействия	
Уметь:	
ПК-3-У1 уметь анализировать рынок для предупреждения возможных конфликтных ситуаций в процессе продвижения образовательного продукта	
ПК-1: Способен определять и выбирать инструменты цифровизации образования разработки и реализации программы учебной дисциплины «Иностранный язык» или других смежных с ней в соответствии с государственными и международными требованиями и осуществлять мониторинг эффективности усвоения программы обучающимися в цифровой образовательной среде	
Уметь:	
ПК-1-У3 применять инструменты цифровизации для продвижения образовательного продукта	
ПК-1-У1 настраивать инструменты цифровизации для продвижения образовательного продукта в зависимости от его специфики и цели	
ПК-1-У2 выбирать инструменты цифровизации для продвижения образовательного продукта	
Владеть:	
ПК-1-В1 владеть инструментами цифровизации для продвижения образовательного продукта	

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Формируемые индикаторы компетенций	Литература и эл. ресурсы	Примечание	КМ	Выполняемые работы
	Раздел 1. Продвижение образовательного продукта							

1.1	Основы маркетинга /Лек/	3	2	ПК-1-31				
1.2	Основы маркетинга /Пр/	3	1	ПК-1-31 ПК-3-У1				
1.3	Основы маркетинга. Портфолио: Анализ конкурентов и создание уникального торгового предложения /Ср/	3	10	ПК-3-У1			КМ5	Р1
1.4	Особенности маркетинга образования /Лек/	3	1	ПК-1-31				
1.5	Анализ рынка целевой аудитории /Лек/	3	2	ПК-1-31				
1.6	Анализ рынка целевой аудитории /Пр/	3	1	ПК-1-31 ПК-3-У1				
1.7	Анализ рынка целевой аудитории. Портфолио: Профиль клиента и анализ потребностей целевой аудитории /Ср/	3	10	ПК-3-У1			КМ5	Р1
1.8	Перформанс маркетинг /Лек/	3	1	ПК-1-31				
1.9	Перформанс маркетинг /Пр/	3	1	ПК-1-У4 ПК-3-У1				
1.10	Контент-маркетинг /Лек/	3	1	ПК-1-31 ПК-1-32				
1.11	Контент-маркетинг /Пр/	3	1	ПК-1-31 ПК-1-32 ПК-1-У2 ПК-1-У3 ПК-1-У4				
1.12	Контент-маркетинг. Портфолио: Контент-стратегия и контент-план /Ср/	3	11	ПК-1-У2 ПК-1-У3 ПК-1-У4			КМ5	Р1
1.13	Организация рассылок /Лек/	3	1	ПК-1-31 ПК-1-32				
1.14	Организация рассылок /Пр/	3	2	ПК-1-31 ПК-1-32 ПК-1-У1 ПК-1-У2 ПК-1-У3				
1.15	Портфолио: Организация рассылок. /Ср/	3	12	ПК-1-У1 ПК-1-У2 ПК-1-У3			КМ5	Р1
1.16	Продвижение в социальных сетях /Лек/	3	2	ПК-1-31 ПК-1-32				
1.17	Продвижение в социальных сетях /Пр/	3	1	ПК-1-31 ПК-1-32 ПК-1-У1 ПК-1-У2 ПК-1-У3				
1.18	Портфолио: Продвижение в социальных сетях /Ср/	3	12	ПК-1-У1 ПК-1-У2 ПК-1-У3			КМ5	Р1
1.19	Таргетированная реклама /Лек/	3	2	ПК-1-31 ПК-1-32				
1.20	Таргетированная реклама /Пр/	3	2	ПК-1-31 ПК-1-32 ПК-1-У1 ПК-1-У2 ПК-1-У3				
1.21	Портфолио: Таргетированная реклама. Настройка рекламного кабинета /Ср/	3	13	ПК-1-У1 ПК-1-У2 ПК-1-У3			КМ5	Р1
1.22	Стратегия онлайн-маркетинга /Лек/	3	1	ПК-1-32				
1.23	Стратегия онлайн-маркетинга /Пр/	3	2	ПК-1-32 ПК-1-У2 ПК-1-У3 ПК-1-У4				

1.24	Стратегия онлайн-маркетинга. Портфолио: Юнит-экономика. КРІ. Карта развития клиента /Ср/	3	12	ПК-1-У2 ПК-1-У3 ПК-1-У4			КМ5	Р1
1.25	Тест №1 /Ср/	3	1	ПК-1-31			КМ1	
1.26	Тест №2 /Ср/	3	1	ПК-1-32			КМ2	
1.27	Защита проекта /Пр/	3	2	ПК-1-В1			КМ3	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

5.1. Контрольные мероприятия (контрольная работа, тест, коллоквиум, экзамен и т.п), вопросы для самостоятельной подготовки

Код КМ	Контрольное мероприятие	Проверяемые индикаторы компетенций	Вопросы для подготовки
КМ1	Тест №1	ПК-1-31	основные термины и понятия в сфере продвижения образовательного продукта
КМ2	Тест №2	ПК-1-32	инструменты цифровизации для продвижения образовательного продукта
КМ3	Проектная работа	ПК-1-В1	Анализ конкурентов Создание уникального торгового предложения Профиль клиента Анализ потребностей целевой аудитории Контент-стратегия Контент-план Настройка рекламного кабинета Организация рассылок Продвижение в социальных сетях Юнит-экономика КРІ Карта развития клиента
КМ4	Дискуссии	ПК-1-31;ПК-1-32	основные термины и понятия в сфере продвижения образовательного продукта инструменты цифровизации для продвижения образовательного продукта
КМ5	Портфолио	ПК-1-У1;ПК-1-У2;ПК-1-У3;ПК-1-У4;ПК-3-У1	Анализ конкурентов Создание уникального торгового предложения Профиль клиента Анализ потребностей целевой аудитории Контент-стратегия Контент-план Настройка рекламного кабинета Организация рассылок Продвижение в социальных сетях Юнит-экономика КРІ Карта развития клиента

5.2. Перечень работ, выполняемых по дисциплине (Курсовая работа, Курсовой проект, РГР, Реферат, ЛР, ПР и т.п.)

Код работы	Название работы	Проверяемые индикаторы компетенций	Содержание работы
------------	-----------------	------------------------------------	-------------------

P1	Подготовка к портфолио	ПК-1-У1;ПК-1-У2;ПК-1-У3;ПК-1-У4;ПК-3-У1	Анализ конкурентов Создание уникального торгового предложения Профиль клиента Анализ потребностей целевой аудитории Контент-стратегия Контент-план Настройка рекламного кабинета Организация рассылок Продвижение в социальных сетях Юнит-экономика КРІ Карта развития клиента
----	------------------------	---	---

5.3. Оценочные материалы, используемые для экзамена (описание билетов, тестов и т.п.)

5.4. Методика оценки освоения дисциплины (модуля, практики. НИР)

по данной дисциплине действует БРС.

Портфолио (60 баллов)

Анализ конкурентов - 4
Создание уникального торгового предложения - 4
Профиль клиента - 4
Анализ потребностей целевой аудитории - 5
Контент-стратегия -5
Контент-план - 5
Настройка рекламного кабинета - 5
Организация рассылок -5
Продвижение в социальных сетях - 5
Юнит-экономика - 10
КРІ - 4
Карта развития клиента -4

Тест 1 - 3

Тест 2 -3

Дискуссии - 14

Проектная работа - 20

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1. Рекомендуемая литература

6.3 Перечень программного обеспечения

6.4. Перечень информационных справочных систем и профессиональных баз данных

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Ауд.	Назначение	Оснащение
Любой корпус Мультимедийная	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа и/или для проведения практических занятий:	комплект учебной мебели до 36 мест для обучающихся, мультимедийное оборудование, магнитно-маркерная доска, рабочее место преподавателя, ПКс доступом к ИТС «Интернет», ЭИОС университета через личный кабинет на платформе LMS Canvas, лицензионные программы MS Office, MS Teams, ESET Antivirus
Читальный зал №3 (Б)		комплект учебной мебели на 44 места для обучающихся, МФУ Xerox VersaLink B7025 с функцией масштабирования текстов и изображений, 8 ПК с доступом к ИТС «Интернет», ЭИОС университета через личный кабинет на платформе LMS Canvas, лицензионные программы MS Office, MS Teams, ESET Antivirus.

Читальный зал №4 (Б)		комплект учебной мебели на 20 рабочих мест, компьютеры с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета
Читальный зал электронных ресурсов		комплект учебной мебели на 55 мест для обучающихся, 50 ПК с доступом к ИТС «Интернет», ЭИОС университета через личный кабинет на платформе LMS Canvas, лицензионные программы MS Office, MS Teams, ESET Antivirus.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

В течение всего курса обучающиеся ведут конспект, где фиксируют особенности интернет-маркетинга в онлайн-продвижения образовательного продукта.

В рамках занятий обучающиеся принимают участие в дискуссиях и решают маркетинговые задачи по использованию цифровых средств в онлайн-продвижении образовательного продукта.

В процессе обучения обучающиеся готовят портфолио работ, из которых составляется проектная работа в виде описании стратегии продвижения образовательного продукта.

Состав портфолио:

- Анализ конкурентов
- Создание уникального торгового предложения
- Профиль клиента
- Анализ потребностей целевой аудитории
- Контент-стратегия
- Контент-план
- Настройка рекламного кабинета
- Организация рассылок
- Продвижение в социальных сетях
- Юнит-экономика
- KPI
- Карта развития клиента

Требования к оформлению проекта

Описание проекта:

Обучающиеся должны составить стратегию онлайн-продвижения образовательного продукта путём описания продукта, аудитории продукта и выбранных техник онлайн-продвижения.

Структура проекта:

Structure:

The title page

Introduction (describe the educational product of your choice, set your objectives, outline the content of the paper) - 200-300 words

Chapter 1. The target audience features

Chapter 2. Implementation of online marketing techniques

Chapter 3. Unit economics and strategy

Conclusion (sum up your findings) 300 words

References (at least 10 sources)

Требования к оформлению:

Шрифт - Times New Roman, кегль - 14, межстрочный интервал - 1,5

При подготовке к занятиям можно воспользоваться дополнительными ресурсами

Дополнительные ресурсы:

1. setters.education
2. <https://netology.ru/blog/08-2020-kontent-marketing-v-kompanii>
3. canva.com
4. figma.com
5. qacademy.ru
6. mailchimp.ru

7. trello.com
8. miro.com
9. notion.com
10. epicgrowth.ru
11. hubspot.com