

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Бурятский государственный университет»
Институт права и экономики
Кафедра менеджмента

Утверждена на заседании
Ученого совета ИПЭ
«__» _____ 20__ г.
Протокол №__

Рабочая программа дисциплины

Интернет-маркетинг

Направление подготовки
38.04.04 Государственное и муниципальное управление

Квалификация
магистр

Форма обучения
заочная

Пояснительная записка

Цели освоения дисциплины

Целью курса «Интернет маркетинг» является формирование у студентов знаний и навыков в области применения технологий интернет-маркетинга, а также системного представления о концепции интернет-маркетинга на современном этапе с целью их дальнейшего применения в профессиональной деятельности.

Основные задачи курса:

1. Формирование знаний у студентов о современных технологиях маркетинга, применяемых в сети Интернет.
2. Теоретическое освоение студентами правил разработки интернет-маркетинговой стратегии компании.
3. Формирование у студентов практических навыков работы по созданию рекламных компаний в сети Интернет.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

ФТД

В результате освоения дисциплины студент должен:

Планируемые результаты обучения по дисциплине и индикаторы достижения компетенций.

Знать:

-систему интернет маркетинга, как инновационного подхода к продвижению региона и муниципалитета

Уметь:

-формировать нестандартные подходы к маркетинговой коммуникации в системе интернет

Владеть:

- навыками разработки нестандартного подхода к интернет-представительству региона и муниципалитета

Планируемые результаты освоения образовательной программы:

- УК-4 - Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
 - УК-4.2 - составляет в соответствии с нормами русского языка деловую документацию разных жанров
 - УК-4.3 - составляет типовую деловую документацию для академических и профессиональных целей на иностранном языке
 - УК-4.1 - устанавливает контакты и организует общение в соответствии с потребностями совместной деятельности, используя современные коммуникационные технологии

Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетные единицы, 36 часа.

№	Название разделов дисциплины	Лекция	Практическое занятие	Самостоятельная работа
Семестр 4		6	6	24
1	Построение системы интернет-маркетинга в Интернете	6	6	24

Тематическое планирование курса

Построение системы интернет-маркетинга в Интернете

Семестр 4

Введение в интернет-маркетинг

Лекция. 2(0) ч. Цели и задачи интернет-маркетинга. Место и роль дисциплины в системе подготовки специалистов в области инноваций. Основные понятия интернет-маркетинга, актуальность изучения и применения методов интернет-маркетинга.

[презентация](https://my.bsu.ru/content/file/5/50/502/1025240_60274_tema-1.pptx) Режим доступа: https://my.bsu.ru/content/file/5/50/502/1025240_60274_tema-1.pptx

Практическое занятие. 2(0) ч. опрос по теме "Введение в интернет маркетинг".

[вопросы](https://my.bsu.ru/content/file/5/50/502/1025241_55038_voprosi-k-kollokviumu-tema-1.docx) Режим доступа: https://my.bsu.ru/content/file/5/50/502/1025241_55038_voprosi-k-kollokviumu-tema-1.docx

Лекция. 2(0) ч. Построение системы интернет-маркетинга в Интернете. Web представительство фирмы, основные средства маркетинговых коммуникаций в Интернет. Интернет-реклама.

[презентация](https://my.bsu.ru/content/file/5/50/502/1025242_60279_tema-2.pptx) Режим доступа: https://my.bsu.ru/content/file/5/50/502/1025242_60279_tema-2.pptx

Практическое занятие. 2(0) ч. опрос по теме "Построение системы интернет-маркетинга в Интернете".

[вопросы](https://my.bsu.ru/content/file/5/50/502/1025243_59773_voprosi-k-kollokviumu-tema-2.docx) Режим доступа: https://my.bsu.ru/content/file/5/50/502/1025243_59773_voprosi-k-kollokviumu-tema-2.docx

Лекция. 2(0) ч. Понятие контекстной рекламы. Виды контекстной рекламы. Преимущества контекстной

рекламы. Сервис Яндекс Директ. Выбор предприятия из предложенного списка для анализа конкурентов в Яндекс Директ. Подбор основных ключевых слов по товару/услуге в сервисе Яндекс Вордстат.
[презентация](https://my.bsu.ru/content/file/5/50/502/1025244_60298_tema-3.pptx) Режим доступа: https://my.bsu.ru/content/file/5/50/502/1025244_60298_tema-3.pptx
Практическое занятие. 2(0) ч. Проектная работа. Составление таблицы анализа конкурентов через Яндекс Директ. Выделение сильных и слабых сторон конкурентов. Подготовка выводов. Правила подбора запросов.
[веб](https://my.bsu.ru/content/file/5/50/502/1025246_59776_razrabotka-web.docx) Режим доступа: https://my.bsu.ru/content/file/5/50/502/1025246_59776_razrabotka-web.docx
Самостоятельная работа. 24(0) ч. Ключевые тренды интернет-маркетинга. Подготовить аналитику

БРС

Семестр	Контрольные точки	Баллы
4	Текущий контроль в разделе «Построение системы интернет-маркетинга в Интернете»	
Итого за семестр 4: 0		

Учебно-методическое и информационное обеспечение учебного процесса

Образовательные технологии (в том числе на занятиях, проводимых в интерактивных формах).

При проведении занятий по данной дисциплине используются традиционные образовательные технологии (тематические лекции, семинары-практики), ориентированные на уровень освоения основных алгоритмов деятельности: конспектирование и реферирование учебного материала, анализ типовых ситуаций и пр. Также необходимым условием изучения дисциплины является применение интерактивных технологий, направленных на формирование у магистров опыта поисковой, исследовательской деятельности: методы проблемного обучения, проектные методы обучения, заставляющие более осознанно подходить к профессиональному самоопределению.

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

По данной дисциплине разработано учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся и размещено в электронной информационно-образовательной среде университета (личном кабинете студента).

Учебно-методические материалы, в том числе методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Коллоквиум - средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.

Цель: Изучить и закрепить теоретических знаний по дисциплине «Интернет-маркетинг».

Вопросы к коллоквиуму «Введение в интернет-маркетинг»

1. Назовите основные движущие силы экономики XXI века
2. Что включает в себя понятие «интернет-маркетинг»?
3. Назовите и поясните основные концепции интернет-маркетинга.
4. Что является объектом и субъектом маркетинговой деятельности на электронном рынке?
5. Назовите основные этапы процесса управления маркетингом на электронном рынке.
6. Особенности Интернета, как канала распределения.
7. Особенности интернета, как канала маркетинговых коммуникаций.
8. Понятие и виды процесса конвергенции в Интернете.
9. Основные направления интернет-маркетинга.
10. Виды компаний по отношению к электронному бизнесу.
11. Назовите особенности покупателей на электронном рынке.
12. Способы и формы осуществления торговой деятельности в интернете.

Вопросы к коллоквиуму «Построение системы интернет-маркетинга в Интернете»

1. Назовите уникальные характеристики Интернета значительно отличающие его от традиционных инструментов маркетинга
2. Назовите основные инструменты Интернета , повышающие его доступность для потребителей
3. Какие составляющие маркетинговой деятельности включает в себя маркетинг в Интернете?
4. Расскажите об особенностях модели «Интранет» для использования Интернета предприятием
5. Расскажите об особенностях модели «Визитная карточка» для использования Интернета предприятием
6. Расскажите об особенностях модели «Электронный заказ» для использования Интернета предприятием
7. Расскажите об особенностях модели «Комплексная автоматизация» для использования Интернета предприятием
8. Расскажите об особенностях модели «Аутсорсинг» для использования Интернета предприятием

9. Основные направления изменения маркетинговой деятельности в Интернете

Вопросы к коллоквиуму «Тренды интернет-маркетинга»

1. Расскажите о перспективах развития интернет-маркетинга направленного на мобильные устройства.
2. Сервисы аналитики эффективности интернет-маркетинга
3. Маркетинг влияния. Суть воздействия
4. Что такое A/B тестирование?
5. С какой целью компании прибегают к A/B тестированию?
6. Условия для проведения A/B тестирования
7. Что нужно подвергать A/B тестированию?

Вопросы для итогового коллоквиума

1. Понятие интернет маркетинга
2. Концепции интернет маркетинга
3. Основные модели интернет-маркетинга на предприятии
4. Особенности Интернета, как канала распределения и коммуникаций
5. Особенности поискового продвижения сайта
6. Функционал сервиса Яндекс Директ
7. Особенности анализа конкурентов в поисковых системах
8. Поисковая оптимизация
9. Правила написания объявлений в Яндекс Директ
10. Уникальное торговое предложение в Интернете. Основные составляющие

Проектная работа - это специально организованный преподавателем и самостоятельно выполняемый студентами комплекс действий, завершающихся созданием творческого продукта.

Можно выделить три этапа проектной деятельности: организационно-подготовительный, технологический, заключительный этап.

На первом этапе осуществляется поиск проблемы, выбор и обоснование проекта, анализ предстоящей деятельности, выбор оптимального варианта осуществления деятельности. Второй этап предусматривает выполнение намеченных операций, самоконтроль своих действий. Третий этап предполагает контроль над исполнением проекта, коррекцию выполненных действий и подведение итогов.

В курсе предусмотрено одно проектное задание:

Составление таблицы Анализа конкурентов через Яндекс Директ

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

По данной дисциплине разработано учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся и размещено в электронной информационно-образовательной среде университета (личном кабинете студента).

Оценочные средства

По данной дисциплине разработаны оценочные средства, критерии их оценивания, а также методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

- [60540_fos_internet-marketing-mag-gmu.docx](#)

Список литературы

Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

Основная

1. [Интернет-маркетинг](#): Учебник для вузов/под общ. ред. Жильцовой О.Н.. —Москва: Юрайт, 2022. —335 с.
Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/489043>
2. [Современные модели маркетинга](#): Учебное пособие для вузов/Калюжнова Н. Я., Кошурникова Ю. Е. ; под общ. ред. Калюжновой Н.Я.. —Москва: Юрайт, 2022. —170 с.
Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/492979>
3. [Маркетинг](#): Учебник и практикум для вузов/под ред. Лукичёвой Т.А., Молчанова Н. Н.. —Москва: Юрайт, 2022. —370 с.
Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/489171>
4. [Управление маркетингом](#): Учебник и практикум для вузов/Данько Т. П.. —Москва: Юрайт, 2022. —521 с.
Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/489034>
5. [Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 1](#): Учебник и практикум для вузов/Овсянников А. А.. —Москва:

Юрайт, 2022. —374 с.

Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/492893>

6. **Маркетинг**: Учебник и практикум для вузов/Реброва Н. П.. —Москва: Юрайт, 2022. —277 с.
Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/489477>

Дополнительная

1. **ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ**: Учебник/Романенкова О.Н. - Отв. ред.. —М.: Издательство Юрайт, 2016. —288 с.
Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/book/68722E59-0CFF-4672-A827-BB2E38741B5A>
2. **Социология Интернета**: Учебник для вузов/Касьянов В. В., Нечипуренко В. Н.. —Москва: Юрайт, 2022. —424 с.
Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/492734>
3. **Психология массовой коммуникации: от газет до интернета**: Учебник для вузов/Гулевич О. А.. —Москва: Юрайт, 2022. —264 с.
Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/496255>
4. **Маркетинг**: Учебник и практикум для вузов/Кузьмина Е. Е.. —Москва: Юрайт, 2022. —419 с.
Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/489446>
5. **Маркетинговые исследования**: Учебник для вузов/Божук С. Г.. —Москва: Юрайт, 2022. —304 с.
Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/490827>
6. **Маркетинг инноваций**: Учебник и практикум для вузов/Короткова Т. Л.. —Москва: Юрайт, 2022. —256 с.
Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/491318>

Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Официальный сайт обучения Яндекс-директ <https://yandex.ru/adv/edu/direct>

Сервис Spywords <http://spywords.ru/?yclid=873324127292758630>

Генератор Utm-меток <http://tools.yaroshenko.by/utm.php>

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Open Office 4.1.2 (Офисный пакет)

Яндекс Вордстат

Личный кабинет преподавателя или студента БГУ <http://my.bsu.ru/>

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

Для проведения занятий лекционного и семинарского типа используются помещения оснащенные компьютерной техникой с выходом в «Интернет» и обеспеченные доступом в электронную информационно-образовательную среду университета позволяющие демонстрировать существующие наборы учебно-наглядных пособий (презентации, информационные стенды, плакаты и пр.), обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин (модулей); - Помещения для самостоятельной работы и курсовой работы обучающихся (университетские компьютерные классы, читальные залы Научной библиотеки БГУ и др.) оснащены компьютерной техникой с выходом в «Интернет» и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Перечень материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине представлен в таблице.

Перечень материально-технического обеспечения в рамках всего направления подготовки бакалавра по направлению 38.03.02 «Менеджмент» Наименование оборудования Оценка оборудования простое сложное особо сложное

1 Перечень материально-технических средств учебной поточной аудитории для чтения лекций

1.1 Компьютер стационарный, переносной + 1.2 Видеопроектор + 1.3 Мультимедийный проектор + 1.4 Экран настенный + 1.5 Интерактивная доска + 2 Перечень материально-технических средств учебного помещения для проведения практических и семинарских занятий

2.1 Компьютер стационарный, переносной + 2.2 Видеопроектор + 2.3 Мультимедийный проектор + 2.4 Экран настенный + 2.5 Интерактивная доска + 3 Перечень материально-технического обеспечения в рамках профиля «Управление бизнесом»

3.1 Лаборатория №1 ауд. 1303

3.1.1 Компьютер стационарный, переносной + 3.1.2 Видеопроектор + 3.1.3 Мультимедийный проектор + 3.1.4 Экран настенный + 3.1.5 Интерактивная доска + 3.1.6 Коммутационный комплект для проектора + 3.1.7 Комплект мебели и оборудования для проведения фокус-групп

3.1.7.1 Видеокамера + 3.1.7.2 Стол островной + 3.1.7.3 Диктофон + 3.2 Лаборатория №2 ауд. 1104

3.2.1 Компьютер стационарный, переносной + 3.2.2 Видеопроектор + 3.2.3 Мультимедийный проектор + 3.2.4 Экран настенный + 3.2.5 Интерактивная доска + 3.2.6 Коммутационный комплект для проектора + 3.3 Лаборатория №3 ауд.1106а

3.3.1 Компьютер стационарный, переносной + 3.3.2 Видеопроектор + 3.3.3 Мультимедийный проектор + 3.3.4 Экран настенный + 3.3.5 Интерактивная доска + 3.5.6 Коммутационный комплект для проектора +

Автор: Родионова Дарья Николаевна

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры менеджмента от 30 августа 2021 г. Протокол №1.