

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Исаков Ирлан Жангазыевич Автономная некоммерческая организация высшего образования  
Должность: Ректор «Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС»  
Дата подписания: 24.10.2022 15:30:16  
Уникальный программный ключ:  
a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Интернет-маркетинг

*(наименование дисциплины)*

Направление подготовки \_\_\_\_\_ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью \_\_\_\_\_

Квалификация выпускника \_\_\_\_\_ Бакалавр \_\_\_\_\_

Направленность (профиль) \_\_\_\_\_ Реклама и связи с общественностью \_\_\_\_\_

2022 г.

## **1. Место дисциплины в структуре образовательной программы, входные требования для освоения дисциплины (при необходимости)**

Дисциплина «Интернет-маркетинг» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1. «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата.

## **2. Объем дисциплины в зачетных единицах**

Объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

## **3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)**

**Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга.**

**Тема 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга.**

**Тема 3. E-mail маркетинг.**

**Тема 4. Создание и оптимизация сайта.**

**Тема 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа**

**Тема 6. Управление проектами в интернет-маркетинге.**

**Тема 7. Интернет-реклама.**

**Тема 8. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний**

## **4. Методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины**

Изучение дисциплины включает контактную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях в форме занятий различных типов в соответствии со спецификой дисциплины и самостоятельную работу обучающихся в объемах соответственно учебному плану. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

### **Теоретические занятия**

#### **Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга.**

Сущность и история развития интернет. Особенности маркетинга в интернет. Интернет как новая информационная среда. Функциональное назначение и ресурсы Интернет. Электронный бизнес и электронная коммерция. Виртуальное маркетинговое пространство и технологии Интернет в маркетинге. Сайт организации как инструмент маркетинга.

#### **Тема 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга.**

Этапы построения системы маркетинга на основе сайта организации. Необходимые интернет-сервисы для создания сайта. Лидогенерация как направление в интернет-маркетинге. Виды лидов и способы оплаты. Источники лидов. Разработка посадочных страниц и модели взращивания лидов на разных типах площадок. Особенности работы партнерских программ. Методика повышения качества лидов.

#### **Тема 3. E-mail маркетинг.**

Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем. Тренды современного E-mail маркетинга. Стратегия сегментации. Экономическая

эффективность массовых рассылок. Получатели спам рассылок и их списки. Способы получения спам листа.

#### **Тема 4. Создание и оптимизация сайта.**

Планирование Web-сайта. Реализация Web-сайта. Привлечение пользователей на Web-сайт. Подведение итогов на основе сравнения полученных результатов с запланированными по установленным ранее критериям. Основные понятия SEO. Алгоритмы работы поисковых систем. Разработка SEO friendly сайта. Семантическое ядро сайта. Внутренняя оптимизация

#### **Тема 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа**

Виды социальных сетей и блог-платформ. Задачи, решаемые с помощью работы в социальных сетях. Особенности взаимодействия с аудиторией в социальных сетях. Обзор инструментов отслеживания упоминаний о брендах и тональности мнений. Принципы работы инструментов и аналитика.

#### **Тема 6. Управление проектами в интернет-маркетинге.**

Этапы разработки проектов в интернете. Особенности выбора поставщиков. Виды систем управления сайтом. Usability тестирование. Варианты хостинга. Разработка прототипов корпоративного сайта. Создание диаграмм поведения пользователей в сети.

#### **Тема 7. Интернет-реклама.**

Виды рекламных кампаний. Задачи и критерии достижения результата: продающая рекламная кампания, информационная и имиджевая. Западная модель типов рекламных кампаний. Принцип работы контекстной рекламы. Виды таргетингов. Этапы запуска контекстной рекламы. Ретаргетинг. Медийная реклама: виды площадок. Медиабаинг. Таргетированная реклама. Поведенческие технологии.

#### **Тема 8. 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. Карта кликов от Яндекс.Метрики.

### **Практические занятия**

#### ***Практическое занятие 1.***

Вопросы для обсуждения:

1. Сервисы и ресурсы Интернет
2. Сущность и инструменты Интернет-маркетинга.
3. Требования к интернет-маркетологу
4. Развитие Интернет-маркетинга в России. Портрет интернет-аудитории
5. Специфика функций маркетинга в Интернет

#### ***Практическое занятие 2.***

Практическое задание:

1. Разработать стратегию лидогенерации
2. Определить критерии квалификации лида
3. Сформировать воронку продаж
4. Выбрать методы лидогенерации

#### ***Практическое занятие 3.***

Задание:

1. Зарегистрироваться в системе Wix.com
2. Разработать контент для серии писем по продвижению товара или услуги.
3. Организовать рассылку.

#### ***Практическое занятие 4.***

Задание. Создание одностраничного сайта на Wix.ru

- зарегистрироваться на сайте Wix.ru
- выбрать шаблон лэндинга;
- создать контент;
- опубликовать сайт.

#### ***Практическое занятие 5.***

Практическое задание

1. Создать группу в "ВКонтакте"
2. Сформировать контент
3. Обновлять содержание группы, увеличивая число подписчиков
4. Оценить эффективность продвижения группы в соцсети.

#### ***Практическое занятие 6.***

Практическое задание: Описать один отечественный или зарубежный электронный магазин. В описании раскрыть следующие вопросы:

- Адрес магазина в Интернет, наименование, в каком городе расположен, ассортимент;
- Как устроена витрина магазина
- Тематическая организация каталогов товара
- Система навигации по сайту
- Отбор товаров в пользовательскую корзину.
- Оформление заказа.
- Оплата заказа.

#### ***Практическое занятие 7.***

Задание.

1. Разработать проект баннера.
2. Создать рекламную кампанию в системах контекстной рекламы.

#### ***Практическое занятие 8.***

Практическое задание. Работа с Учебным руководством Google Analytics IQ на сайте <https://support.google.com> Сформировать: отчеты по аудитории, по источникам трафика, отчет "Карта целей", отчеты по электронной коммерции

### **5. Методические рекомендации для обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Самостоятельная работа студентов включает усвоение теоретического материала, подготовку к практическим занятиям, выполнение самостоятельных заданий, в том числе домашние задания, изучение литературных источников, использование Internet-данных, изучение нормативно-правовой базы, подготовку к текущему контролю знаний, к промежуточной аттестации.

#### **Вопросы для самоконтроля**

##### ***Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга.***

Вопросы для подготовки:

1. Сущность лэндинга. Виды и методы создания.
2. Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C).
3. Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки.

4. Модели поведения посетителей сайтов.

5. Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет с электронным кошельком: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька).

6. Службы Интернет и их характеристика

### ***Тема 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга.***

Примерные вопросы:

1. Понятие и преимущества лидогенерации. Основные понятия.

2. Виды лидов

3. Лидогенерация как бизнес-процесс

4. Методы лидогенерации.

5. Маркетинговое обеспечение лидогенерации.

### ***Тема 3. E-mail маркетинг.***

Примерные вопросы:

Задание. 1. Разработать информационное письмо для проведения научной конференции, выставки или другого событийного мероприятия.

2. Осуществить рассылку.

3. Этапы работы оформить в виде презентации в Power Point.

### ***Тема 4. Создание и оптимизация сайта. Презентация***

Примерные вопросы:

Задание 1. Используя платформу WordPress создать многостраничный сайт.

2. Разработать семантическое ядро и контент.

Тема 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа презентация

Примерные вопросы: Задание . 1. Зарегистрироваться в одной из социальных сетей.

2. Создать сообщество. Подготовить контент.

3. Разработать стратегию продвижения группы.

4. Разработать рекламную или PR кампанию по продвижения товаров и услуг с использованием мессенджеров (WhatsApp, Viber, Facebook Messenger, Telegram, Skype, ICQ, Google Hangouts)

5. Результаты представить в виде презентации в Power Point

**6. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

**6.1 Планируемые результаты обучения, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций**

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

**ПК-2** - Способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ИД-4 (ПК-2). Демонстрирует знание специфики продвижения продукции СМИ, идей и технологий посредством инструментов сети Интернет	<i>знает</i>
	РО-1 ИД-4 (ПК-2) специфику интернет-маркетинга;
	<i>умеет</i>
	РО-2 ИД-4 (ПК-2) разрабатывать стратегию интернет-маркетинга; РО-3 ИД-4 (ПК-2) пользоваться различными инструментами интернет-маркетинга;
	<i>владеет</i> РО-4 ИД-4 (ПК-2) навыками веб-аналитики и анализа эффективности рекламных кампаний в сети Интернет;

## **6.2 Перечень оценочных материалов**

Оценочные материалы представляют собой задания для выполнения студентом, позволяющие ему приобрести теоретические знания, практически умения (навыки) и опыт, а также решать задачи, связанные с будущей профессиональной деятельностью. Включают в себя задания для текущего контроля уровня успеваемости, оценивающие ход освоения учащимися дисциплины, и задания для промежуточной аттестации обучающихся, обеспечивающие оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине.

### **Примерные задания для проведения текущего контроля успеваемости**

#### **Тест**

1: Выберите правильный список форматов графических файлов, применяемых для размещения в Интернет.

- pmt, bmp
- gif, jpg
- pdf, wmf

2: Web-страницу можно создать с помощью

- любого текстового редактора, воспринимающего ASCII
- специальных редакторов документов, например MS Front Page, HTMLPad;
- только с помощью редактора Блокнот
- Web-мастера графического редактора PowerPoint

3: Вопросы персонального характера (профессия, место жительства) желательно указывать

- в конце опросной формы
- в начале опросной формы

4: Значительную часть времени, проведенного в Интернет, российские взрослые пользователи тратят на

- чтение новостей
- поиск информации
- совершение покупок

5: Организация, которая обеспечивает подключение к Интернет, называется

- доменом
- провайдером
- сервером

6: Преимуществами формата jpg являются

- возможность удаления из файла избыточной и малозначительной информации
- использование 16 миллионов цветов
- поддержка режима анимации кадров

7: После выполнения тэгов текст отобразится

- в качестве заголовка на странице
- в качестве заголовка первого уровня на странице
- в левом верхнем углу окна браузера

- в левом верхнем углу окна браузера и в качестве заголовка первого уровня на странице

8: В форме указано следующее action=mailto:ivanovserg@mail.ru?subject=Opros, ... .

В данном случае электронный адрес - это

- адрес участника опроса
- адрес организатора опроса

9: Структура электронного магазина включает

- службу доставки товаров, склад и отдел снабжения, технический отдел
- только службу доставки товара
- склад и отдел снабжения, технический отдел

10: При сохранении html-кода в текстовом редакторе Блокнот указывается расширение

- .txt
- .html
- .doc
- .jpg

## **Примерные задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине**

### **Список экзаменационных вопросов**

#### ***РО-1 ИД-4 (ПК-2) знает специфику интернет-маркетинга;***

1. Тенденции современного E-mail маркетинга.
2. Лидогенерация как бизнес-процесс. Преимущества, основные понятия.
3. Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет с электронным кошельком: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька).
4. Лэндинг. Методы и факторы успеха.
5. Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C).
6. Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки.
7. Понятие электронного бизнеса. Преимущества электронного бизнеса. Причины перехода в киберпространство.
8. Виды интернет-рекламы.
9. PR в интернет.
10. Модели электронного бизнеса и их характеристика.
11. SEO. Алгоритм работы поисковой системы. Основные понятия.
12. Требования к Интернет-магазину. Обработка заказа. Управление магазином.
13. Службы Интернет и их характеристика
14. Спам.
15. Развитие сферы услуг в Интернет.

#### ***РО-2 ИД-4 (ПК-2) умеет разрабатывать стратегию интернет-маркетинга;***

16. Стратегия сегментации в E-mail маркетинге. Экономическая эффективность массовых рассылок
17. SMM. Методы и стратегии.



18. Сравнительная характеристика социальных сетей в Рунете. Особенности продвижения в социальных сетях.

19. Партнерский маркетинг. Партнерские программы, виды, поиск, управление

***РО-3 ИД-4 (ПК-2) умеет пользоваться различными инструментами интернет-маркетинга;***

20. E-mail маркетинг. Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем.

21. Методы лидогенерации. Факторы успеха лидогенерации.

22. Создание и регистрация сайта.

23. Разработка SEO -friendly сайта.

24. Медиапланирование в Интернет. Критерии выбора рекламных носителей

25. Интернет-магазин. Обработка заказа. Управление магазином.

***РО-4 ИД-4 (ПК-2) владеет навыками веб-аналитики и анализа эффективности рекламных кампаний в сети Интернет;***

26. Модели поведения посетителей сайтов

27. Сервисы контекстной рекламы. Анализ эффективности контекстной рекламы.

28. Оценка эффективности рекламной кампании.

29. Сущность и функции браузера. Сравнение популярных браузеров.

30. Внутренняя оптимизация сайта.

**6.3. Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок**

Для оценивания результатов промежуточной аттестации применяется шкала оценивания, включающая следующие оценки: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

**Экзамен. Критерии выставления оценок**

На экзамен выносятся вопросы, охватывающие все содержание учебной дисциплины.

Знания обучающихся оцениваются путем выставления по результатам ответа обучающегося итоговой оценки «отлично», либо «хорошо», либо «удовлетворительно», либо «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» при приеме экзамена выставляется в случае:

- полного, правильного и уверенного изложения обучающимся учебного материала по каждому из вопросов билета;
- уверенного владения обучающимся понятийно-категориальным аппаратом учебной дисциплины;
- логически последовательного, взаимосвязанного и правильно структурированного изложения обучающимся учебного материала, умения устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;

- приведения обучающимся надлежащей аргументации, наличия у обучающегося логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
- лаконичного и правильного ответа обучающегося на дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «хорошо» при приеме экзамена выставляется в случае:

- недостаточной полноты изложения обучающимся учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по, как минимум, одному вопросу билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при использовании в ходе ответа отдельных понятий и категорий дисциплины;
- нарушения обучающимся логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала по отдельным вопросам билета, недостаточного умения обучающегося устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
- приведения обучающимся слабой аргументации, наличия у обучающегося недостаточно логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при ответе на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «хорошо».

Оценка «удовлетворительно» при приеме экзамена выставляется в случае:

- невозможности изложения обучающимся учебного материала по любому из вопросов билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по как минимум одному из вопросов билета;
- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;
- допущении обучающимся ошибок при использовании в ходе ответа основных понятий и категорий учебной дисциплины;
- существенного нарушения обучающимся или отсутствия у обучающегося логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала, неумения обучающегося устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
- отсутствия у обучающегося аргументации, логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
- невозможности обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «удовлетворительно».

Оценка «неудовлетворительно» при приеме экзамена выставляется в случае:

- отказа обучающегося от ответа по билету с указанием, либо без указания причин;

- невозможности изложения обучающимся учебного материала по двум или всем вопросам билета;
- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по двум или всем вопросам билета;
- скрытое или явное использование обучающимся при подготовке к ответу нормативных источников, основной и дополнительной литературы, конспектов лекций и иного вспомогательного материала, кроме случаев специального указания или разрешения преподавателя;
- невладения обучающимся понятиями и категориями данной дисциплины;
- невозможность обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя;

Любой из указанных недостатков или их совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «неудовлетворительно».

Обучающийся имеет право отказаться от ответа по выбранному билету с указанием, либо без указания причин и взять другой билет. При этом с учетом приведенных выше критериев оценка обучающемуся должна быть выставлена на один балл ниже заслуживаемой им.

Дополнительные вопросы могут быть заданы обучающемуся в случае:

- необходимости конкретизации и изложенной обучающимся информации по вопросам билета с целью проверки глубины знаний отвечающего по связанным между собой темам и проблемам;
- необходимости проверки знаний обучающегося по основным темам и проблемам курса при недостаточной полноте его ответа по вопросам билета.

При проведении промежуточной аттестации в форме тестирования с использованием шкалы, включающей оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», оценивание результата проводится следующим образом:

«**Отлично**» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют от 80% до 100% от общего количества

«**Хорошо**» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют от 71 до 79% от общего количества;

«**Удовлетворительно**» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют 50 –70 % правильных ответов;

«**Неудовлетворительно**» - работа, содержащая менее 50% правильных ответов.

## **7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### **Основная:**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 352 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573342> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02474-0. – Текст : электронный.

2. Катаев, А.В. Интернет-маркетинг : учебное пособие / А.В. Катаев, Т.М. Катаева ; Министерство науки и высшего образования РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южный федеральный университет», Инженерно-технологическая академия. – Ростов-на-Дону ; Таганрог :

Издательство Южного федерального университета, 2018. – 154 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-2673-4. – Текст : электронный.

#### **Дополнительная:**

1. Москалев, С.М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе : учебное пособие / С.М. Москалев ; Министерство сельского хозяйства РФ, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. – 101 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491717> – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.

### **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины**

1. <http://biblioclub.ru/> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека Онлайн»
2. <http://www.iprbookshop.ru/> – электронная библиотечная система IPR BOOKS
3. Портал «Гуманитарное образование» <http://www.humanities.edu.ru/>
4. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
5. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru/>
6. Журнал - <https://texterra.ru>
7. Конструктор сайтов - <http://www.setup.ru/>
8. Система контекстной рекламы - <http://www.google.ru/adwords/>
9. Университет по подготовке и дополнительному обучению специалистов в области интернет-маркетинга, управления проектами, дизайна, проектирования интерфейсов и веб-разработки - <http://netology.ru/>

### **9. Лицензионное программное обеспечение**

- MS Windows 7 Профессиональная
- MS Windows 10 Pro
- MS Office 2010
- VS Office 2013
- MS Office 2016

### **10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

В зависимости от вида проводимых занятий используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

- лекционные аудитории (оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в Интернет);

- помещения для проведения практических занятий (с типовым оборудованием, обеспечивающим применение современных информационных технологий и наглядными пособиями);
- библиотека (имеющая читальные залы и рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет);
- компьютерные классы с демонстрационно-обучающими и обучающе-контролирующими возможностями, доступом к базам данных и Интернет.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.