

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ, НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И  
РЫБОХОЗЯЙСТВЕННОГО КОМПЛЕКСА  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«Красноярский государственный аграрный университет»**

Институт Экономики и Управления АПК  
Кафедра Менеджмента в АПК

СОГЛАСОВАНО:

Директор института ЭиУ АПК

Шапорова З.Е.

"31"03. 2022 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор Красноярский ГАУ

Пыжикова Н.И.

"31"03. 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Интернет маркетинг**

ФГОС ВО

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»  
(код, наименование)

Направленность (профиль) «Управление бизнесом»

Курс 3

Семестр (ы) 5

Форма обучения очная

Квалификация выпускника бакалавр

Красноярск, 2022

Составители: Колоскова Ю.И., канд.экон.наук, доцент

«17» 03 2022 г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент и профессиональных стандартов:

№564н от 30.08.2018 Специалист по управлению рисками (08.018)

№409н от 17.06.2019 Специалист по внешнеэкономической деятельности (08.039)

№248н от 17.04.2018 Специалист по процессному управлению (07.007)

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 7 «17» марта 2022г.

Зав. кафедрой Далисовой Н. А., канд. экон. наук

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

«17» марта 2022г.

## **Лист согласования рабочей программы**

Программа принята методической комиссией института Экономики и Управления АПК протокол № 7 «21» 03 2022 г.

Председатель методической комиссии

Рожкова А.В., ст.преподаватель кафедры менеджмента в АПК

«21» 03 2022г.

Заведующий выпускающей кафедрой по направлению подготовки (специальности) Далисова Н.А., канд.экон.наук., доцент

«21» 03 2022 г.

## Оглавление

АННОТАЦИЯ .....	5
<b>1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....</b>	<b>5</b>
<b>2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....</b>	<b>5</b>
<b>3. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>6</b>
<b>4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>6</b>
4.1. ТРУДОЁМКОСТЬ МОДУЛЕЙ И МОДУЛЬНЫХ ЕДИНИЦ ДИСЦИПЛИНЫ .....	6
4.2. СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЕЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
4.3. ЛЕКЦИОННЫЕ/ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ.....	7
4.4. ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ .....	7
4.5. САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ САМОПОДГОТОВКИ К ТЕКУЩЕМУ КОНТРОЛЮ ЗНАНИЙ .....	8
4.5.1. <i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний.....</i>	<i>8</i>
<i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний</i>	<i>8</i>
<i>Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний .....</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
4.5.2. <i>Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы.....</i>	<i>9</i>
<i>Темы курсовых проектов (работ)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы .....</i>	<i>9</i>
<b>5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ .....</b>	<b>9</b>
<b>6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>10</b>
6.1. КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ (ТАБЛИЦА 9).....	10
6.2. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» (ДАЛЕЕ – СЕТЬ «ИНТЕРНЕТ»).....	10
6.3. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ.....	10
<b>7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ.....</b>	<b>12</b>
<b>8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>12</b>
<b>9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.0</b>
9.1. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....	10
9.2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	10
<i>Изменения.....</i>	<i>161</i>

## Аннотация

Дисциплина «Интернет маркетинг» является дисциплиной по выбору, части формируемой участниками образовательных отношений, для подготовки обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Управление бизнесом». Дисциплина реализуется в институте Экономики и управления АПК кафедрой Менеджмента в АПК.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций: (ПК-5).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, направленных на формирование у слушателей целостного представления, развитие теоретико-методологических знаний и закрепление профессиональных навыков в области цифрового маркетинга.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: (лекции, практические занятия, самостоятельная работа).

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования, опроса, кейсов, практических заданий и промежуточный контроль в форме зачета.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные 18 часов, практические 36 часов, самостоятельная работа студента (54 часа).

### 1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Интернет маркетинг» включена в ОПОП, в части формируемой участниками образовательных отношений. В рамках освоения дисциплины «Интернет маркетинг» обучающиеся изучают следующие разделы:

1. Теория и методология маркетинга в сети Интернет.
2. Интернет-технологии в маркетинге

Контроль знаний обучающихся проводится в форме текущего и промежуточных контролей, промежуточной аттестации в виде зачета.

### 2. Цели и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Целью курса «Интернет маркетинг» является: является формирование у слушателей целостного представления, развитие теоретико-методологических знаний и закрепление профессиональных навыков в области интернет маркетинга.

#### Задачи дисциплины:

- получение представления о сущности, целях и принципах интернет маркетинга;
- получение знаний и развитие навыков по работе с информацией в целях развития маркетинговой деятельности;
- получение представления об основных интернет технологий в маркетинговой деятельности;
- формирования практических навыков использования интернет маркетинга.

Таблица 1

#### Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код, наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижений компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
-------------------------------	---	---

ПК-5 Способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.	ПК-5.ИД-5 Способен применять различные методы анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.	<b>Знать:</b> - основные виды маркетинговых коммуникаций, их взаимосвязь, тенденции развития коммерческого и социального маркетинга <b>Уметь:</b> - выбирать оптимальные маркетинговые инструменты и проводить маркетинговые исследования в сети Интернет; <b>Владеть:</b> - навыками критического осмысления возможности применения современных технологий маркетинговой деятельности.
--	--	--

### 3. Организационно-методические данные дисциплины

Таблица 2

#### Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	зач. ед.	час.	по семестрам
			№3
<b>Общая трудоемкость</b> дисциплины по учебному плану	<b>3</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>Контактная работа</b>	<b>1,5</b>	<b>54</b>	<b>54</b>
в том числе:			
Лекции (Л) / в том числе в интерактивной форме		18	18/6
Практические занятия (ПЗ) / в том числе в интерактивной форме		36	36/12
<b>Самостоятельная работа (СРС)</b>	<b>1,5</b>	<b>54</b>	<b>54</b>
в том числе:			
самостоятельное изучение тем и разделов		35	35
самоподготовка к текущему контролю знаний		10	10
подготовка и сдача зачета		9	9
<b>Вид контроля:</b>			<b>зачет</b>

### 4. Структура и содержание дисциплины

#### 4.1. Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3

#### Тематический план

№	Раздел дисциплины	Всего часов	В том числе			Формы контроля
			лекции	практические или семинарские занятия	СРС	
1	Теория и методология маркетинга в сети Интернет	<b>48</b>	8	16	24	опрос, задания, кейс
2	Интернет-технологии в маркетинге	<b>60</b>	10	20	30	
	<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>18</b>	<b>36</b>	<b>54</b>	<b>Зачет</b>

## 4.2. Содержание модулей дисциплины

**Модуль 1 Теория и методология маркетинга в сети Интернет**

**Модульная единица 1** Методологические источники интернет-маркетинга

**Модульная единица 2** Аудитория интернета.

**Модуль 2 Интернет-технологии в маркетинге.**

**Модульная единица 1.** Технологии Интернет-маркетинга

**Модульная единица 2** Особенности функционирования современных веб-аналитических систем

## 4.3. Лекционные/лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 4

### Содержание лекционного курса

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	<b>Модуль 1 Теория и методология маркетинга в сети Интернет</b>		<b>коллоквиум</b>	<b>8/2</b>
	<b>Модульная единица 1</b> Методологические источники интернет-маркетинга	<b>Лекция 1</b> - Интернет маркетинг в современных условиях (лекция-беседа)	опрос	1/1
		<b>Лекция 2</b> – Концепция 4P интернет маркетинга	опрос	1/1
	<b>Модульная единица 2</b> Аудитория интернета.	<b>Лекция 1</b> – Основные принципы работы с целевой аудиторией в сети интернет.	опрос	1
		<b>Лекция 2</b> – Клиентоориентированный маркетинг как основа Интернет маркетинга	опрос	1
2.	<b>Модуль 2 Интернет-технологии в маркетинге.</b>		<b>коллоквиум</b>	<b>10/4</b>
	<b>Модульная единица 1</b> Технологии Интернет-маркетинга.	<b>Лекция 1</b> – Система инструментов интернет-маркетинга.	опрос	2
		<b>Лекция 2</b> – Основы веб-технологии.	опрос	4\2
	<b>Модульная единица 2</b> Особенности функционирования современных веб-аналитических систем	<b>Лекция 1</b> – Мониторинг Интернет-проектов..	опрос	4
		<b>Лекция 2</b> – Системы Интернет статистики	опрос	2
	<b>Итого</b>		<b>Зачет</b>	<b>18/6</b>

## 4.4. Лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 5

### Содержание занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	<b>Теория и методология маркетинга в сети Интернет</b>		<b>кейс, тестирование</b>	<b>16/6</b>
	<b>Модульная единица 1</b>	<b>Занятие № 1.</b> Интернет мар-	Практическое	4

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	Методологические источники интернет-маркетинга	кетинг в современных условиях	задание	
		<b>Занятие № 2</b> Концепция 4Р интернет маркетинга	Практическое задание	4
	<b>Модульная единица 2</b> Аудитория интернета.	<b>Занятие № 1.</b> Основные принципы работы с целевой аудиторией в сети интернет.	Практическое задание	4/2
		<b>Занятие № 2.</b> Клиентоориентированный маркетинг как основа Digital-маркетинга	Практическое задание	4/4
<b>2.</b>	<b>Модуль 2 Интернет-технологии в маркетинге.</b>		<b>кейс, тестирование</b>	<b>20/6</b>
	<b>Модульная единица 1</b> Технологии Интернет-маркетинга.	<b>Занятие №1</b> Система инструментов интернет-маркетинга	Практическое задание	4
		<b>Занятие № 2</b> Основы веб-технологии.	Практическое задание	4/2
	<b>Модульная единица 2</b> Особенности функционирования современных веб-аналитических систем	<b>Занятие №1</b> Мониторинг Интернет-проектов.	Практическое задание	6/4
		<b>Занятие №2.</b> Системы Интернет статистики	Практическое задание	6
	<b>Итого</b>		<b>Зачет</b>	<b>36/12</b>

#### 4.5. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и виды самоподготовки к текущему контролю знаний

##### 4.5.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

Таблица 6

#### Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
<b>Модуль 1 Основы цифрового маркетинга</b>			<b>17</b>
1	<b>Модульная единица 1</b> Методологические источники интернет-маркетинга	Ценовые модели размещения рекламы (CPM, CPA и т.д.). Конверсия и ROI интернет-рекламы. Пост-клик маркетинг. Методы оптимизации конверсии. Сплит-тесты (А/Б тестирование). Механизмы отслеживания эффективности рекламы. Медийная реклама. Рынок интернет-рекламы: объемы и сегментация. Применимость различных методов рекламы. Баннеры (виды, типы размещений, технологии).	7

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
2	<b>Модульная единица 2</b> Аудитория интернета.	Аудитория Интернета. Основные принципы работы с аудиторией сайта. Медиапланирование.	10
<b>Модуль 2 Сущность, характеристика и классификация информационного обеспечения цифрового маркетинга.</b>			<b>18</b>
3	<b>Модульная единица 1</b> Технологии Интернет-маркетинга.	Поисковое продвижение сайта (SEO) Преимущества поискового продвижения сайта». Перелинковка. Штрафные санкции поисковых систем в отношении сайтов. Анализ спроса в сети Интернет. Web-аналитика». Стратегическое планирование кампании и оценка трафика	9
4	<b>Модульная единица 2</b> Особенности функционирования современных веб-аналитических систем	Методы и особенности составления аналитического отчета мероприятий Интернет маркетинга. Оценка Web-сервисов статистики посещений сайтов, их отличия и преимущества Анализ эффективности интернет-рекламы. Веб-аналитика.	9
подготовка к текущему контролю знаний			<b>10</b>
подготовка к зачету			<b>9</b>
<b>ВСЕГО</b>			<b>54</b>

#### 4.5.2. Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы

Не предусмотрено учебным планом

Таблица 7

№ п/п	Темы курсовых проектов (работ)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы	Рекомендуемая литература (номер источника в соответствии с прилагаемым списком)

#### 5. Взаимосвязь видов учебных занятий

Таблица 8

##### Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний студентов

Компетенции	Лекции	ПЗ	СРС	Другие виды	Вид контроля
ПК-5 Способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской дея-	M1 M.ед.1 M.ед.2 M2	M1 M.ед.1 M.ед.2 M2	M1 M.ед.1 M.ед.2 M2		Опрос, Практические

Компетенции	Лекции	ПЗ	СРС	Другие виды	Вид контроля
тельно-сти, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.	М.ед.1 М.ед.2	М.ед.1 М.ед.2	М.ед.1 М.ед.2		ситуации, зачет

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 6.1. Карта обеспеченности литературой (таблица 9)

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»)

- Электронная- библиотечная система «Лань» [e.lanbook.com](http://e.lanbook.com)
- Электронная библиотечная система «Юрайт» [www.biblio-online.ru/](http://www.biblio-online.ru/)
- Электронная библиотечная система «AgriLib» <http://ebs.rgazu.ru/>
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [elibrary.ru](http://elibrary.ru)

#### Информационные справочные системы:

- Справочно-правовая система КонсультантПлюс
- Информационно – аналитическая система «Статистика»

### 6.3. Программное обеспечение

1. Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

2. Офисный пакет приложений MicrosoftOffice (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

3. Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF; AcrobatProfessional (образовательная лицензия № SE0806966 от 27.06.2008).

4. Антивирусное программное обеспечение KasperskyEndpointSecurity (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

5. Система дистанционного образования «Moodle 3.5.6a» (бесплатно распространяемое ПО).

Таблица 9

**КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ**

Кафедра Менеджмента в АПК Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Управление бизнесом»  
 Дисциплина «Интернет маркетинг»

Вид занятия	Наименование	Авторы	Издательство	Год издания	Вид издания		Место хранения		Необходимое количество экз.	Количество экз. в вузе
					Печ.	Электр.	Библ.	Каф.		
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
<i>Основная литература</i>										
Лекции, практические занятия	Интернет-маркетинг	О. Н. Жильцова	Юрайт	2022		+				<a href="https://urait.ru/book/489043">https://urait.ru/book/489043</a>
Лекции, практические занятия	Интернет-маркетинг	С.В. Карпова	Юрайт	2022		+				
Лекции, практические занятия	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1	Чернышева А. М., Якубова Т. Н.	Юрайт	2022		+				<a href="https://urait.ru/book/marketingovyeye-issledovaniya-i-situacionnyy-analiz-v-2-ch-chast-1-490013">https://urait.ru/book/marketingovyeye-issledovaniya-i-situacionnyy-analiz-v-2-ch-chast-1-490013</a>

Директор библиотеки

Р.А. Зорина

## 7. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций

*Текущая аттестация* обучающихся производится в дискретные временные интервалы преподавателем, ведущим лекционные и практические занятия по дисциплине в следующих формах:

- тестирование;
- опрос;
- выполнение практических ситуаций;
- кейсы.

### Рейтинг – план дисциплины «Интернет маркетинг»

	Модули	Часы	Баллы
1	Модуль № 1	48	40
2	Модуль № 2	60	40
	Зачет		20
	<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>100</b>

#### • Распределение баллов по модулям

№	Модули	Баллы по видам работ					Итого
		Ситуацион- ные задания	Опрос	Тестирование	кейс	Зачет	
1	Модуль № 1	10	10	10	10	-	40
2	Модуль № 2	10	10	10	10	-	40
	Зачет	-	-	-	-	20	20
	<b>Итого</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

### Промежуточный контроль (зачет)

*Промежуточный контроль* по результатам семестрам по дисциплине проходит в форме контрольного итогового тестирования.

Для допуска к промежуточному контролю обучающийся должен набрать необходимое количество баллов по итогам текущей аттестации – **40-80** баллов.

Итоговое тестирование включает в себя тестирующие материалы по всему курсу «Цифровой маркетинг» (10 тест-заданий в одном варианте).

Оценивание итогового тестирования осуществляется по следующим критериям:

Обучающийся, давший правильные ответы 85-100% тестирующих материалов (1-2 ошибки), получает максимальное количество баллов – 20.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 70-85% тестирующих материалов (3 ошибки), получает - 18 баллов.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 60-70% (4 ошибки) тестирующих материалов, получает - 16 баллов.

Обучающийся, давший правильные ответы на менее чем 60% тестирующих материалов, не набирает баллов и приходит на контрольное тестирование повторно.

Баллы, полученные на итоговом тестировании, суммируются с баллами, полученными в течение семестра на текущей аттестации и принимается решение по следующим критериям:

До 65 – не зачтено

65 - 100- зачтено.

Обучающимся, не сдавшим зачет или не явившимся для сдачи зачета в установленный срок, предоставляется возможность пройти повторную промежуточную аттестацию в соответствии с графиком ликвидации академических задолженностей:  
[http://www.kgau.ru/new/news/news/grafik\\_lz.pdf](http://www.kgau.ru/new/news/news/grafik_lz.pdf).

### **Вопросы к зачету**

1. Перепозиционирование товара.
2. Сущность интернет-маркетинга.
3. Интернет-рынок.
4. Концепция интернет-маркетинга.
5. Бизнес-модели сайтов.
6. Маркетинговые исследования с использованием интернет-технологий.
7. Кабинетные (вторичные) маркетинговые исследования.
8. Использование интернет-технологий при проведении кабинетных (вторичных) маркетинговых исследований.
9. Источники вторичных маркетинговых исследований.
10. Полевые (первичные) маркетинговые исследования.
11. Использование интернет-технологий при проведении полевых (первичных) маркетинговых исследований.
12. Методы полевых исследований.
13. Проведение опроса на основе использования интернет-технологий.
14. Эксперименты и наблюдения.
15. Тестирование методов сбора информации.
16. Рынок. Сегментация рынка.
17. Рыночное окно. Рыночная ниша.
18. Социальные сети.
19. Роль социальных сетей в маркетинговых исследованиях.
20. Фокус-группа.
21. Товарная политика фирмы.
22. Товарная политика фирмы для интернет-рынка.
23. Ценовая политика фирмы для интернет-рынка.
24. Каналы распределения товаров (услуг) в Интернете.
25. Интернет-биржа.
26. Интернет-аукцион.
27. Электронные площадки (каталоги товаров).
28. Интернет-магазин.
29. Комплекс коммуникационной политики.
30. Преимущества и недостатки интернет-рекламы.
31. Носители интернет-рекламы.
32. Контекстная интернет-реклама.
33. Сервисы размещения интернет-рекламы в поисковых системах и на тематических сайтах. Этапы проведения рекламной кампании.
34. Коммуникативные показатели оценки результативности интернет-рекламы.
35. Экономические показатели оценки результативности интернет-рекламы.
36. SEO.
37. Показатель CTR.

38. Методы стимулирования продаж.
39. Интернет-проект.
40. Виды затрат на интернет-проект.
41. Оценка эффективности функционирования интернет-проекта.
42. Особенности оценки интернет-проектов.

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

Учебная аудитория 4-03 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (660130, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Елены Стасовой, 44 И). Рабочие места преподавателя и студентов, укомплектованные специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, общая локальная компьютерная сеть Internet, комплект мультимедийного оборудования: ноутбук AcerAspire 5, переносной экран на треноге MediumProfessional, переносной проектор EpsonEB.

Помещение для самостоятельной работы 3-13 (660130, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Елены Стасовой 44 «И») мебелью, общая локальная компьютерная сеть Internet, 11 компьютеров на базе процессора IntelCeleron в комплектации с мониторами Samsung, LG, Aser, Viewsonic и др. внешними периферийными устройствами, Приспособлено частично

## **9. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины**

### **9.1. Методические указания по дисциплине для обучающихся**

Рабочая программа предусматривает возможность обучения в рамках традиционной поточно-групповой системы обучения. При поточно –групповой системе обучения последовательность изучения учебно-образовательных модулей определяется его номером. При этом обучение рекомендуется в течение семестра: для обучающихся – 5 семестр.

На кафедре внедрена кредитно-модульная система обучения. При введении кредитно-модульной системы обучения сформирован учебный план таким образом, чтобы он обеспечивал возможность:

- изучение отдельных модулей в различные расширенные временные интервалы и различной последовательности.

Обучающиеся перед преподаванием дисциплин должны быть ознакомлены с системами кредитных единиц и балльно-рейтинговой оценкой.

Закрепление полученных теоретических знаний осуществляется на практических занятиях в завершающей части учебного курса. Выбор формы проведения практических занятий проводится преподавателем и может включать:

- имитационные занятия;
- решение ситуационных задач;
- кейсов;
- применение проектного метода;
- круглые столы;
- научно-практические конференции.

### **9.2. Методические указания по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

1. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
  - 1.1 размещение в доступных для обучающихся местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;
  - 1.2 присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
  - 1.3 выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья послуху:
  - 2.1 надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;
3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:
  - 3.1 возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения института, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в одной из форм, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Категории студентов	Формы
С нарушение слуха	• в форме электронного документа;
С нарушением зрения	• в форме электронного документа
С нарушением опорно-двигательного аппарата	• в форме электронного документа;

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

## ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии

**Программу разработал:**

Колоскова Ю.И., канд.экон.наук. доцент

## РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу по дисциплине  
«ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ»  
по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»,  
профиль «Управление бизнесом»

Представленная на рецензию рабочая программа оформлена с соблюдением предъявленных требований к оформлению рабочих программ. Наполнение материалом и содержательная сторона рабочей программе в полной мере соответствует заявленным областям профессиональной деятельности и профессиональному стандарту.

Дисциплина "Интернет маркетинг" является элементом части, формируемой участниками образовательных отношений по подготовке обучающихся по направлению 38.03.02 "Менеджмент".

Предложенные в программе перечень тем лекций и их содержание позволяют получить необходимые теоретические знания в области цифрового маркетинга.

Программа проведения практических занятий, предложенные в ней образовательные технологии, позволяют достичь заявленной цели, а также сформировать необходимые компетенции у студентов и подготовить их к изучению учебных курсов, опирающихся на дисциплину.

Предложенная в программе система контрольных процедур и средства их обеспечения позволяют оценить степень освоения обучающимся материала дисциплины и качество сформированных компетенций.

Анализ учебно-методического и информационного обеспечения, заявленного в рабочей программе, в полной мере способствует развитию и закреплению полученного материала в рамках контактной работы.

Считаю, что представленная на рецензию рабочая программа полностью удовлетворяет требованиям и может быть использована для подготовки обучающихся по дисциплине "Интернет маркетинг" по направлению 38.03.02 "Менеджмент".

Рецензент:  
Директор  
ООО «КРЕСТЬЯНЕ»  
канд. экон. наук



Т.А.

Т.А. Мартынова