

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»
(КГУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА И ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА

Направление подготовки/ специальность:
54.03.02 Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы

Направленность/ специализация:
Художественный металл

Квалификация выпускника: **бакалавр**

Кострома
2021

Рабочая программа дисциплины «Основы интернет-маркетинга и продвижения товара» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 54.03.02 Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы, Приказ Минобрнауки России от 22.09.2017 г. №961.

Разработал: Шорохов С.А., заведующий кафедрой «Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования, искусств и технического сервиса», к.т.н., доцент.

Рецензенты: Тихонова Екатерина Юрьевна - к.т.н., доцент кафедры «Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования, искусств и технического сервиса»

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:

Заведующий кафедрой Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования, искусств и технического сервиса:

Шорохов Сергей Александрович, к.т.н., доцент

Протокол заседания кафедры №10 от 11 июня 2021 г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования, искусств и технического сервиса:

Протокол заседания кафедры №10 от 10 июня 2022 г.

Шорохов Сергей Александрович, к.т.н., доцент

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования, искусств и технического сервиса:

Протокол заседания кафедры №9 от 31 мая 2023 г.

Шорохов Сергей Александрович, к.т.н., доцент

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины:

Формирование у студентов знаний, умений и навыков применения онлайн технологий и инструментов продвижения товаров, использования методов интернет-рекламы, ее инструментария при работе на различных сегментах рынка.

Задачи дисциплины:

- познакомить студентов с задачами маркетинга, успешно решаемыми посредством интернета;
- раскрытие сущности интернет маркетинга и особенностей применения его инструментов;
- развитие способностей в области маркетингового и креативного мышления, умений идентификации проблем торговых организаций в области коммуникаций и их решения с помощью выбранных инструментов онлайн продвижения;
- познакомить с видами и технологиями рекламы в интернете;
- научить основам анализа корпоративных сайтов и разработки мер по их совершенствованию в целях маркетинга;
- обучение приемам и методам формирования и использования информационных ресурсов в маркетинговой деятельности предприятия;
- формирование основных навыков подготовки и анализа маркетинговых решений в области продвижения продукции;

Дисциплина направлена на профессионально-трудовое воспитание обучающихся посредством содержания дисциплины и актуальных технологий.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Освоить компетенции:

КС-42. Способность представлять результаты своей профессиональной деятельности, используя современные и цифровые технологии.

Код и содержание индикаторов компетенции:

КС-42.1 Знать основные принципы представления результатов своей профессиональной деятельности.

КС-42.2 Уметь осуществлять выбор способов представления результатов своей профессиональной деятельности с использованием современных и цифровых технологий.

КС-42.3 Владеть навыками представления результатов с использованием современных и цифровых технологий с учетом специфики сферы профессиональной деятельности.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины:

Знать:

42.1.1 Знает основные принципы и современные технологии представления результатов своей деятельности в области интернет-маркетинга и продвижения товара.

Уметь:

42.2.1 Умеет применять основные принципы и современные технологии представления результатов своей деятельности в области интернет-маркетинга и продвижения товара.

Владеть:

42.3.1 Владеет навыками применения современных технологий представления результатов своей деятельности в области интернет-маркетинга и продвижения товара.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к элективным дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) учебного плана. Изучается в 7 семестре очной формы обучения.

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах: Цифровая

экономика и финансовая грамотность, Маркетинговая деятельность и бизнес-планирование, Проектирование, конструирование и изготовление объектов с использованием традиционных и цифровых технологий, Графические пакеты программ в дизайне ювелирно-художественных изделий.

Изучение данной дисциплины позволяет расширить компетентностный профиль обучающихся и способствует успешному освоению последующих дисциплин и практик: Основы производственного мастерства, 2D и 3D моделирование художественных изделий; Производственная практика: Технологическая (проектно-технологическая) практика, а также успешному выполнению и защите выпускной квалификационной работы.

4. Объем дисциплины

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических часов и виды учебной работы

Виды учебной работы,	Очная форма	
	Всего	7 семестр
Общая трудоемкость в зачетных единицах	3	3
Общая трудоемкость в часах	108	108
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	32	32
Лекции	24	24
Практические занятия	8	8
Лабораторные занятия		
Практическая подготовка		
ИКР	0,25	0,25
Самостоятельная работа в часах	75,75	75,75
Контроль		
Форма промежуточной аттестации	Зачет – 7 семестр	Зачет

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма	
	Всего	7 семестр
Лекции	24	24
Практические занятия	8	8
Лабораторные занятия		
Консультации		
Зачет/зачеты	0,25	0,25
Экзамен/экзамены		
Курсовые работы		
Курсовые проекты		
Практическая подготовка		
Всего	32,25	32,25

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

5.1 Тематический план учебной дисциплины

№	Название раздела, темы	Всего з.е./ час	Аудиторные занятия			ИКР	Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.		
<i>Семестр 7</i>							
1.	Теоретические основы маркетинга и маркетинговых исследований.						
1.1	Понятие, сущность и принципы маркетинга и интернет-маркетинга.	6,8	1	–	–	–	4,8
1.2	Особенности интернет-маркетинга.	6,8	1	–	–	–	4,8
1.3	Маркетинговые исследования в сети Интернет.	8,8	2	–	–	–	4,8
2.	Основы Интернет-маркетинга.						
2.1	Базовые понятия и принципы интернет-маркетинга.	7,8	2	–	–	–	4,8
2.2	Сегментирование рынка и позиционирование.	7,8	2	–	–	–	4,8
2.3	Целевые группы потребителей.	7,8	2	–	–	–	4,8
2.4	Инструменты интернет-маркетинга.	7,8	2	1	–	–	4,8
3	Продвижение товаров в сети Интернет.						
3.1	Создание сайта с использованием конструкторов.	10,8	4	1	–	–	6,8
3.2	Социальные сети. Порталы. Блоги.	8,8	3	1	–	–	5,8
3.3	Контекстная реклама.	6,8	1	1	–	–	5,8
4	Интернет-реклама.						
4.1	Виды рекламы в сети Интернет.	6,8	1	1	–	–	5,8
4.2	E-mail-маркетинг.	6,8	1	1	–	–	5,8
4.3	Интернет-брендинг.	6,8	1	1	–	–	5,8

4.4	Оценка эффективности интернет-рекламы.	6,8	1	1	–	–	5,8
	Зачет	0,8	–	–	–	0,25	0,55
	Итого за семестр 7	3/108	24	8	–	0,25	75,75

5.2. Содержание дисциплины:

1. Теоретические основы маркетинга и маркетинговых исследований
 - 1.1. Понятие, сущность и принципы маркетинга и интернет-маркетинга. Цели и задачи интернет-маркетинга.
 - 1.2. Особенности интернет-маркетинга. Преимущества и недостатки интернет-маркетинга. Сравнительная характеристика традиционных каналов и интернет-маркетинга.
 - 1.3. Маркетинговые исследования в сети Интернет. Процедура маркетинговых исследований. Интернет-опросы. Мониторинг сайтов и социальных сетей. Адаптация товаров и услуг для реализации через Интернет.
2. Основы Интернет-маркетинга.
 - 2.1. Базовые понятия и принципы интернет-маркетинга. Цели, задачи и стратегия в интернет-маркетинге.
 - 2.2. Сегментирование рынка и позиционирование. Понятие сегментирования и позиционирования. Уровни сегментирования рынков. Принципы сегментирования рынков. Виды сегментации. Позиционирование товаров.
 - 2.3. Целевые группы потребителей. Понятие. Способы выявления целевой аудитории. Особенности выбора целевых групп потребителей.
 - 2.4. Инструменты интернет-маркетинга. Веб-сайт. Контент-маркетинг. SEO-маркетинг. Интернет-реклама. Социальные сети. Индивидуальная E-mail-рассылка. Вирусная реклама. Партнерский маркетинг.
3. Продвижение товаров в сети Интернет. Особенности продвижения товаров (услуг) в сети Интернет.
 - 3.1. Создание сайта с использованием конструкторов. Принципы создания сайта для успешного продвижения товара или услуги.
 - 3.2. Социальные сети. Порталы. Блоги
 - 3.3. Контекстная реклама. Понятие. Особенности создания и размещения.
4. Интернет-реклама
 - 4.1. Виды рекламы в сети Интернет. Особенности проведения интернет-рекламы.
 - 4.2. E-mail-маркетинг. Понятие. Особенности проведения.
 - 4.3. Интернет-брендинг. Понятие. Особенности создания и продвижения нового или существующего бренда товара в сети Интернет.
 - 4.4. Оценка эффективности интернет-рекламы. Приемы оценки эффективности интернет-рекламы. Особенности измерения эффективности интернет-рекламы. Системы веб-аналитики.

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания (при необходимости)	Форма контроля
1.	Теоретические основы маркетинга и маркетинговых исследований	Виды маркетинговых исследований. Способы определения эффективного вида маркетингового исследования	14,4	1,2,6	Презентация с докладом, защита практической работы
2.	Основы Интернет-маркетинга	Принципы разработки стратегии интернет-маркетинга и определение сегмента рынка, целевой аудитории и позиционирования товаров.	19,2	3,4,7	Презентация с докладом, защита практической работы
3.	Продвижение товаров в сети Интернет	Анализ технологических платформ для создания сайта.	18,4	4,5,8	Презентация с докладом, защита практической работы
4.	Интернет-реклама	Принципы написания рекламных материалов для привлечения клиентов. Анализ систем веб-аналитики.	23,2	1-10	Презентация с докладом, защита практической работы
	Зачет		0,55		Тестирование
	ИТОГО:		75,75		

6.2. Тематика и задания для практических занятий

1. Теоретические основы маркетинга и маркетинговых исследований.

Задание:

Разработка маркетингового исследования по выбранной теме. Обоснование выбора вида маркетингового исследования.

2. Основы интернет-маркетинга.

Задание:

Разработка стратегии интернет-маркетинга для выбранной темы. Определение сегмента рынка, целевой аудитории и позиционирования товара.

3. Продвижение товаров в сети Интернет.

Задание:

Создание сайта с помощью конструктора по выбранной теме. Разработка концепции рекламной кампании.

4. Интернет-реклама.

Задание:

Разработка рекламных материалов по выбранной теме. Ознакомление с системами веб-аналитики и обоснованные выводы по системам веб-аналитики.

6.3. Тематика и задания для лабораторных занятий

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

№	Наименование	Количество книг
<i>а) основная:</i>		
1	Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга : учебник / Ю. Н. Егоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 292 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-017381-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1074173	https://znanium.com/catalog/document?id=389631
2	Резник, Г. А. Маркетинг : учебное пособие / Г.А. Резник. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 199 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1242303. - ISBN 978-5-16-016830-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1903657	https://znanium.com/catalog/document?id=417786
3	Юрасов, А. В. Интернет-маркетинг / А.В. Юрасов, А.В. Иванов; Под ред. А.В. Юрасова. - Москва : Гор. линия-Телеком, 2012. - 246 с.: ил.; . ISBN 978-5-9912-0165-0, 1000 экз. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/353682	https://znanium.com/catalog/document?id=47165
4	Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 352 с. - ISBN 978-5-394-02474-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1091183	https://znanium.com/catalog/document?id=358148
5	Ветцель, К. Я. Интернет-маркетинг : учебное пособие / К. Я. Ветцель. - Красноярск :Сиб. федер. ун-т, 2018. - 176 с. - ISBN 978-5-7638-4010-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1818952 (дата обращения: 06.11.2022)	https://znanium.com/catalog/document?id=380323
<i>б) дополнительная:</i>		
6	Дурович, А. П. Основы маркетинга : учебное пособие / А. П. Дурович. - Минск : РИПО, 2021. - 291 с. - ISBN 978-985-7253-58-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1854606	https://znanium.com/catalog/document?id=390823
7	Старков, А. Н. Интернет-маркетинг и реклама : учебное пособие / А. Н. Старков, Е. В. Сторожева. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 64 с. - ISBN 978-5-9765-3698-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1860035	https://znanium.com/catalog/document?id=393131
8	Андросов, Н. Интернет-маркетинг на 100 % : практическое руководство / Н. Андросов, И. Ворошилова, В. Долгов [и др.] ; под. ред. С. Сухова. - Санкт-Петербург : Питер, 2015. - 240 с. - ISBN 978-5-496-01374-1. - Текст :	https://znanium.com/catalog/document?id=380066

	электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1817669	
9	Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О.В. Китовой. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/textbook_5a0a8c777462e8.90172645. - ISBN 978-5-16-013017-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1917620	https://znanium.com/catalog/document?id=420862
10	Продвижение порталов и интернет-магазинов : практическое руководство / Л. О. Гроховский, И. О. Севостьянов, Д. В. Иванов, Ф. А. Фионов. - Санкт-Петербург : Питер, 2014. - 224 с. - ISBN 978-5-496-00736-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1766609	https://znanium.com/catalog/document?id=378956

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Информация о курсе дисциплины в СДО:

- Элемент «Лекции» (при наличии);
- Элемент «Практические занятия»;
- Элемент «Самостоятельная работа»;
- Элемент «Список рекомендуемой литературы»;
- Элемент «Промежуточная аттестация»;
- Элемент «Обратная связь с обучающимися».

Информационно-образовательные ресурсы:

Библиотека ГОСТов. Все ГОСТы, [Электронный ресурс], URL:<http://vsegost.com/>

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС Университетская библиотека онлайн - <http://biblioclub.ru>
2. ЭБС «Лань» <https://e.lanbook.com>
3. ЭБС «ZnaniUM.COM» <http://znanium.com>

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

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Лекционная аудитория Ж-202	Рабочие места студентов: стол – 15 шт., стулья – 30 шт. Рабочее место преподавателя: стол – 1 шт., стул – 1 шт. Доска меловая – 1 шт. <u>Наглядные материалы:</u> Витраж – 2 шт., Стенд со остеклением – 2 шт., Стенд – 4 шт. <u>Технические средства обучения:</u> Проек. Epson EMP-1715 – 1 шт.,	Microsoft Windows XP Professional, версия 2002 ServicePack3 76456-642-8256356-23551 915 лицензий.

	Телев. LG20F – 1шт., Кронштейн KROMAX потолочный – 1 шт., Видеоплеер LG W182W – 1 шт., Экран CLA2S-RATE – 1 шт.	
Коворкинг-центр, Ж-203	Общее количество посадочных мест - 60. Рабочие места студентов: стол – 25 шт., стулья – 27 шт., Рабочее место преподавателя: стол – 1 шт., стул – 1 шт. <u>Технические средства обучения:</u> Проек. BENQ W1070 – 1 шт., Экран на штативе APOLLO-T – 1 шт.	Microsoft Windows XP Professional, версия 2002 ServicePack3 76456-642-8256356-23551 915 лицензий.
Аудитория Ж-212	Рабочие места студентов: стол – 24 шт., стулья – 24 шт. Рабочее место преподавателя: стол – 1 шт., стул – 1 шт. Оборудование для проведения занятий: Блок систем. i5-7500 – 25 шт., Монит. Samsung 23.6” – 25 шт. Технические средства обучения: Проектор BenQ – 1 шт., Экран – 1 шт. Планшет для рисования Wacom (410134001233, 410134001209, 410134001210, 410134001211, 410134001212, 410134001213 410134001214, 410134001215 410134001216, 410134001217 410134001218, 410134001219 410134001220, 410134001221 410134001222, 410134001223 410134001224, 410134001225 410134001226, 410134001227 410134001228, 410134001229 410134001230, 410134001231 410134001232)	Microsoft Windows 7 Pro 64-Bit6 6.1.7601 Strvice Pack 1 Сборка 7601 Код продукта 55041-033-0743527-86704 (25 лицензий); PHSP & PREM Elements (65273439) Certificate Number 15982463 (25 лицензий); License Certificate v100716 Autodesk Education Master Suite 2013; English, Internationa, Autodesk 3ds Max 2018, Serial License 393-13617573 (25 лицензий); CorelDRAW Graphics Suite 2017 Education Lic (5-50). Номер лицензии 254926 (25 лицензий); Rhinoceros 5 for Windows Commercial License Key: RH50-JQG2-18Q0-G9A2-01R0-1R39 (25 лицензий); КОМПАС-3D LT V12/учебный комплект. Ключ HASP на 50 лицензий, Key ID: 90413211 (50 лицензий); Blender 2.79.0 7AA4464B-AA1C-4B37-BF48-1C090A422145; COMODO Antivirus A3F08E42-E4FF-43A2-87A188AAF0E22BDB; Wacom Tablet Driver 2.1.0.7; LibreOffice 5.4.4.2.