

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА И ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА

Направление подготовки
20.03.01 Техносферная безопасность

Направленность (профиль)
Риск-менеджмент в техносфере

Квалификация (степень) выпускника
бакалавр

Кострома
2023

Рабочая программа дисциплины «*Основы интернет-маркетинга и продвижения товара*» разработана в соответствии:

- с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 20.03.01 Техносферная безопасность, утвержденным Приказом Минобрнауки России от 25.05.2020. № 680 (Зарегистрировано в Минюсте России 06.07.2020. № 58837);

- Приказом Минобрнауки России от 26.11.2020. № 1456 «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования» (Зарегистрировано в Минюсте России 27.05.2021. № 63650);

- с учебным планом направления подготовки 20.03.01 Техносферная безопасность, год начала подготовки 2023.

Разработал:

Рецензенты:

Тихонова Екатерина Юрьевна -

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

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

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры техносферной безопасности

Протокол заседания кафедры № 11 от 31.05.2023 г.

Заведующий кафедрой техносферной безопасности

Лустгартен Татьяна Юрьевна, 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;
- реализация научно-образовательного воспитания, направленного на формирование исследовательского и критического мышления, мотивации к научно-исследовательской деятельности.

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-42.1Знать основные принципы представления результатов своей профессиональной деятельности.

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

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

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 блоку дисциплин, формируемых образовательной организацией, к дисциплинам по выбору, изучается в соответствии с учебным планом направления, для очной и заочной форм обучения в 7 семестре (4 курс).

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах: Цифровая экономика и финансовая грамотность, Цифровая экономика ведения бизнеса, Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания, Маркетинговая деятельность и бизнес-планирование.

Изучение данной дисциплины позволяет расширить компетентностный профиль обучающихся при изучении следующих дисциплин: Продвижение и конкурентоспособность предприятий, Фирменный стиль, эстетика и дизайн интерьера и продукции, Проектная деятельность, а также способствует успешному выполнению выпускной квалификационной работы и дальнейшему использованию полученных навыков.

4. Объем дисциплины

4.1. Объём дисциплины в зачётных единицах с указанием академических часов и виды учебной работы

| Виды учебной работы | 7 семестр | |
|---|-------------|---------------|
| | Очная форма | Заочная форма |
| Общая трудоёмкость в зачётных единицах | 3 | 3 |
| Общая трудоёмкость в часах | 108 | 108 |
| Аудиторные занятия в часах, в том числе: | 32 | 8 |
| Лекции | 24 | 6 |
| Практические занятия | 8 | 2 |
| Лабораторные занятия | – | – |
| Практическая подготовка | – | – |
| ИКР | 0,25 | 0,25 |
| Самостоятельная работа в часах + контроль | 75,75 | 95,75+4 |
| Форма промежуточной аттестации | Зачет | Зачет |

4.2. Объём контактной работы на 1 обучающегося

| Виды учебных занятий | 7 семестр | |
|-------------------------|-------------|---------------|
| | Очная форма | Заочная форма |
| Лекции | 24 | 6 |
| Практические занятия | 8 | 2 |
| Лабораторные занятия | – | – |
| Консультации | – | – |
| Зачет/зачеты | 0,25 | 0,25 |
| Экзамен/экзамены | – | – |
| Курсовые работы | – | – |
| Курсовые проекты | – | – |
| Практическая подготовка | – | – |
| Всего | 32,25 | 8,25 |

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

5.1 Тематический план учебной дисциплины

Для очной формы обучения

| № | Название раздела, темы | Всего, час | Аудиторные занятия | | | Самостоятельная работа |
|------|---|---------------|--------------------|----------|------|------------------------|
| | | | Лекц. | Практ. | Лаб. | |
| 1. | Теоретические основы маркетинга и маркетинговых исследований | 22,1 | 4 | 2 | | 16,1 |
| 1.1. | Понятие, сущность и принципы маркетинга и интернет-маркетинга | 6,3 | 1 | | | 5,3 |
| 1.2. | Особенности интернет-маркетинга | 7,4 | 2 | | | 5,4 |
| 1.3. | Маркетинговые исследования в сети Интернет | 7,4 | 2 | | | 5,4 |
| 2. | Основы Интернет-маркетинга | 31,6 | 8 | 2 | | 21,6 |
| 2.1. | Базовые понятия и принципы интернет-маркетинга | 7,4 | 2 | | | 5,4 |
| 2.2. | Сегментирование рынка и позиционирование | 7,4 | 2 | | | 5,4 |
| 2.3. | Целевые группы потребителей. | 7,4 | 2 | | | 5,4 |
| 2.4. | Инструменты интернет-маркетинга | 7,4 | 2 | | | 5,4 |
| 3 | Продвижение товаров в сети Интернет | 26,2 | 8 | 2 | | 16,2 |
| 3.1. | Создание сайта с использованием конструкторов | 9,4 | 4 | | | 5,4 |
| 3.2. | Социальные сети. Порталы. Блоги | 8,4 | 3 | | | 5,4 |
| 3.3. | Контекстная реклама | 6,4 | 1 | | | 5,4 |
| 4 | Интернет-реклама | 27,6 | 4 | 2 | | 21,6 |
| 4.1. | Виды рекламы в сети Интернет | 6,4 | 1 | | | 5,4 |
| 4.2. | E-mail-маркетинг | 6,4 | 1 | | | 5,4 |
| 4.3. | Интернет-брендинг | 6,4 | 1 | | | 5,4 |
| 4.4. | Оценка эффективности интернет-рекламы | 6,4 | 1 | | | 5,4 |
| | Итого: | 107,25 | 24 | 8 | | 75,75 |
| | ИКР | 0,25 | | | | |
| | Всего | 108 | | | | |

Для заочной формы обучения

| № | Название раздела, темы | Всего, час | Аудиторные занятия | | | Самостоятельная работа |
|------|---|---------------|--------------------|----------|------|------------------------|
| | | | Лекц. | Практ. | Лаб. | |
| 1. | Теоретические основы маркетинга и маркетинговых исследований | 16 | 1 | - | | 15 |
| 1.1. | Понятие, сущность и принципы маркетинга и интернет-маркетинга | 6 | 1 | - | | 5 |
| 1.2. | Особенности интернет-маркетинга | 5 | - | - | | 5 |
| 1.3. | Маркетинговые исследования в сети Интернет | 5 | - | - | | 5 |
| 2. | Основы Интернет-маркетинга | 25 | 1 | - | | 24 |
| 2.1. | Базовые понятия и принципы интернет-маркетинга | 6,5 | 0,5 | - | | 6 |
| 2.2. | Сегментирование рынка и позиционирование | 6,5 | 0,5 | - | | 6 |
| 2.3. | Целевые группы потребителей. | 6,5 | 0,5 | - | | 6 |
| 2.4. | Инструменты интернет-маркетинга | 6,5 | 0,5 | - | | 6 |
| 3 | Продвижение товаров в сети Интернет | 27,75 | 2 | 1 | | 24,75 |
| 3.1. | Создание сайта с использованием конструкторов | 9,75 | 1 | - | | 8,75 |
| 3.2. | Социальные сети. Порталы. Блоги | 8,5 | 0,5 | - | | 8 |
| 3.3. | Контекстная реклама | 8,5 | 0,5 | - | | 8 |
| 4 | Интернет-реклама | 34 | 2 | - | | 32 |
| 4.1. | Виды рекламы в сети Интернет | 8,5 | 0,5 | - | | 8 |
| 4.2. | E-mail-маркетинг | 8,5 | 0,5 | - | | 8 |
| 4.3. | Интернет-брендинг | 8,5 | 0,5 | - | | 8 |
| 4.4. | Оценка эффективности интернет-рекламы | 8,5 | 0,5 | - | | 8 |
| | Итого: | 103,75 | 6 | 2 | - | 95,75 |
| | ИКР | 0,25 | | | | |
| | Контроль | 4 | | | | |
| | Всего | 108 | | | | |

5.2. Содержание:

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 |
|-------|--|---|-------|---------|---|--|
| | | | очная | заочная | | |
| 1. | Теоретические основы маркетинга и маркетинговых исследований | Виды маркетинговых исследований. Способы определения эффективного вида маркетингового исследования | 16,1 | 15 | 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. | 21,6 | 24 | 3,4,7 | Презентация с докладом, защита практической работы |
| 3. | Продвижение товаров в сети Интернет | Анализ технологических платформ для создания сайта. | 16,2 | 24,75 | 4,5,8 | Презентация с докладом, защита практической работы |
| 4. | Интернет- | Принципы написания | 21,6 | 32 | 1,9,10 | Презентация с |

| | | | | | | |
|--|-------------|--|------|------|--|--------------------------------------|
| | реклама | рекламных материалов для привлечения клиентов. Анализ систем веб-аналитики. | | | | докладом, защита практической работы |
| | Зачет (ИКР) | | 0,25 | 0,25 | | Тестирование |

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

Не предусмотрено

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=38963 <u>1</u> |
| 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=41778 <u>6</u> |
| 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, | https://znanium.com/catalog/document?id=47165 |

| | | |
|---------------------------|---|--|
| | 1000 экз. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/353682 | |
| 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=35814 8 |
| 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=38032 3 |
| <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=39082 3 |
| 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=39313 1 |
| 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 : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1817669 | https://znanium.com/catalog/document?id=38006 6 |
| 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=42086 2 |
| 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=37895 6 |

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

Информация о курсе дисциплины в СДО:
Элемент «Лекции» (при наличии);

Элемент «Практические занятия», «Лабораторные занятия», «Курсовое проектирование», пр. (при наличии);

Элемент «Самостоятельная работа»;

Элемент «Список рекомендуемой литературы»;

Элемент «Промежуточная аттестация»;

Элемент «Обратная связь с обучающимися».

Информационно-образовательные ресурсы:

1. 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., Телев. LG20F – 1шт., Кронштейн KROMAX потолочный – 1 шт., Видеоплеер LG W182W – 1 шт., Экран CLA2S-RATE – 1 шт. | Microsoft Windows XP Professional, версия 2002 ServicePack3 76456-642-8256356-23551 915 лицензий. |
| 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: | Microsoft Windows 7 Pro 64-Bit6 6.1.7601 Strvice Pack 1 Сборка 7601 Код продукта |

| | | |
|--|---|--|
| | <p>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)</p> | <p>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.</p> |
|--|---|--|