

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:
**35.03.02 Технология лесозаготовительных и деревоперерабатывающих
производств**

Направленность/ специализация:
Технология деревообработки

Квалификация выпускника: **бакалавр**

**Кострома
2021**

Рабочая программа дисциплины «Основы интернет-маркетинга и продвижения товара» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 35.03.02 «Технология лесозаготовительных и деревоперерабатывающих производств (уровень бакалавриата)», утвержденным Министерством образования и науки РФ 26.07.2017 г. № 698. ред. от 08.02.2021 (Зарегистрировано в Минюсте России 15.08.2017 № 47787).

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

Рецензенты: (ФИО), должность, организация

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 С.А., к.т.н., доцент

Протокол заседания кафедры № 10 от 10.06.2021 г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

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

Протокол заседания кафедры 10 от 10.06.2022 г.

Шорохов С.А., 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-42.1 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.

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 учебного плана Б1.В.ДВ.09.04. Изучается в 7 семестре заочной 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.

4. Объем дисциплины

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

Виды учебной работы	Заочная форма	
	7 семестр	Всего
Общая трудоёмкость в зачётных единицах	3	3
Общая трудоёмкость в часах	108	108
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	8	8
Лекции	6	6
Практические занятия	2	2
Лабораторные занятия	–	–
Практическая подготовка	–	–
ИКР	0,25	0,25
Самостоятельная работа в часах, в том числе	99,75	99,75
самостоятельная работа в семестре	95,75	95,75
зачет	4	4
Форма промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

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

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.		
1.	Теоретические основы маркетинга и маркетинговых исследований. Понятие, сущность и принципы маркетинга и интернет-маркетинга. Особенности интернет-маркетинга. Маркетинговые исследования в сети Интернет.	24	2	-	-		22
2.	Основы Интернет-маркетинга. Базовые понятия и принципы интернет-маркетинга. Сегментирование рынка и позиционирование. Сегментирование рынка и позиционирование. Целевые группы потребителей. Инструменты интернет-маркетинга	30	2	-	-		28
3	Продвижение товаров в сети Интернет. Создание сайта с использованием конструкторов. Социальные сети. Порталы. Блоги. Контекстная реклама.	28	1	1	-		26
4	Интернет-реклама. Виды рекламы в сети Интернет. E-mail-маркетинг. Интернет-брендинг. Оценка эффективности интернет-рекламы	21,75	1	1	-		19,75
	Зачет	4,25			-	0,25	4
	Итого:	3/108	6	2	-	0,25	99,75

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
1.	Теоретические основы маркетинга и маркетинговых исследований	Виды маркетинговых исследований. Способы определения эффективного вида маркетингового исследования	22	1,2,6	Презентация с докладом, защита практической работы
2.	Основы Интернет-	Принципы разработки стратегии интернет-	28	3,4,7	Презентация с докладом,

	маркетинга	маркетинга и определение сегмента рынка, целевой аудитории и позиционирования товаров.			защита практической работы
3.	Продвижение товаров в сети Интернет	Анализ технологических платформ для создания сайта.	26	4,5,8	Презентация с докладом, защита практической работы
4.	Интернет-реклама	Принципы написания рекламных материалов для привлечения клиентов. Анализ систем веб-аналитики.	19,75	1,9,10	Презентация с докладом, защита практической работы
	Зачет		4		Тестирование
Всего			99,75		

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.

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 1
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.	https://znanium.com/catalog/document?id=41778 6

	- Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1903657	
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 : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1817669	https://znanium.com/catalog/document?id=380066
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. Фиронов. - 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», «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 «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	<p>Рабочие места студентов: стол – 15 шт., стулья – 30 шт.</p> <p>Рабочее место преподавателя: стол – 1 шт., стул – 1 шт.</p> <p>Доска меловая – 1 шт.</p> <p><u>Наглядные материалы:</u></p> <p>Витраж – 2 шт.,</p> <p>Стенд со остеклением – 2 шт.,</p> <p>Стенд – 4 шт.</p> <p><u>Технические средства обучения:</u></p> <p>Проек. Epson EMP-1715 – 1 шт.,</p> <p>Телев. LG20F – 1шт.,</p> <p>Кронштейн KROMAX потолочный – 1 шт.,</p> <p>Видеоплеер LG W182W – 1 шт.,</p> <p>Экран CLA2S-RATE – 1 шт.</p>	<p>Microsoft Windows XP Professional, версия 2002 ServicePack3 76456-642-8256356-23551 915 лицензий.</p>
Коворкинг-центр, Ж-203	<p>Общее количество посадочных мест - 60. Рабочие места студентов: стол – 25 шт., стулья – 27 шт.,</p> <p>Рабочее место преподавателя: стол – 1 шт., стул – 1 шт.</p> <p><u>Технические средства обучения:</u></p> <p>Проек. BENQ W1070 – 1 шт.,</p> <p>Экран на штативе APOLLO-T –</p>	<p>Microsoft Windows XP Professional, версия 2002 ServicePack3 76456-642-8256356-23551 915 лицензий.</p>

<p>Аудитория Ж-212</p>	<p>1 шт. 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)</p>	<p>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.</p>
------------------------	--	---