

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**ОСНОВЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА И  
ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА**

Направление подготовки *54.03.01 Дизайн*

Направленность *Графический дизайн*

Квалификация выпускника *бакалавр*

Форма обучения: *очная, очно-заочная*

Кострома

2021

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

- Федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС ВО) по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утвержденным Приказом Минобрнауки РФ № 1015 от 13.08.2020 г.
- учебным планом направления подготовки 54.03.01 Дизайн, направленность Графический дизайн.

**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:**

на заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Протокол заседания кафедры № 13 от 11.06.2021 г.

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Иванова О.В., к.т.н., доцент

**ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:**

на заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Протокол заседания кафедры № 8 от 18.03.2022 г.

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Иванова О.В., к.т.н., доцент

**ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:**

на заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Протокол заседания кафедры № 9 от 03.04.2023 г.

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Иванова О.В., 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. Дисциплины (модули) учебного плана. Изучается в 7 семестре очной и очно-заочной форм обучения.

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах: Цифровая экономика и финансовая грамотность, Экономика предприятия и бизнес-планирование.

Изучение данной дисциплины позволяет расширить компетентностный профиль обучающихся и способствует успешному освоению последующих дисциплин и практик: Дизайн, реклама и digital-маркетинг, Конкурентоспособность и авторский контроль дизайн-проектов, Проектно-технологическая практика, Преддипломная 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	7 семестр	
	Очная форма	Очно-заочная форма
Общая трудоёмкость в зачётных единицах	3	3
Общая трудоёмкость в часах	108	108
<b>Контактные часы</b> , в том числе:	32,25	40,25
Лекции	24	16
Практические занятия	8	24
Лабораторные занятия	–	–
Практическая подготовка	–	–
ИКР	0,25	0,25
Самостоятельная работа в часах+ контроль	75,75	67,75
Форма промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

#### 4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	7 семестр	
	Очная форма	Очно-заочная форма
Лекции	24	16
Практические занятия	8	24
Лабораторные занятия	–	–
Консультации	–	–
Зачет/зачеты	0,25	0,25
Экзамен/экзамены	–	–
Курсовые работы	–	–
Курсовые проекты	–	–
Практическая подготовка	–	–
<b>Всего</b>	32,25	40,25

## 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам),

с указанием количества часов и видов занятий

### 5.1 Тематический план учебной дисциплины

Очно-заочная форма

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			ИКР	Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.		
<b>1.</b>	<b>Теоретические основы маркетинга и маркетинговых исследований</b>	<b>24</b>	<b>4</b>	<b>6</b>			<b>14</b>
1.1.	Понятие, сущность и принципы маркетинга и интернет-маркетинга		1	2			6
1.2.	Особенности интернет-маркетинга		2	2			4
1.3.	Маркетинговые исследования в сети Интернет		1	2			4
<b>2.</b>	<b>Основы Интернет-маркетинга</b>	<b>26</b>	<b>4</b>	<b>6</b>			<b>16</b>
2.1.	Базовые понятия и принципы интернет-маркетинга		1	1			4
2.2.	Сегментирование рынка и позиционирование		1	1			4
2.3.	Целевые группы потребителей.		1	2			4
2.4.	Инструменты интернет-маркетинга		1	2			4
<b>3</b>	<b>Продвижение товаров в сети Интернет</b>	<b>24</b>	<b>4</b>	<b>6</b>			<b>14</b>
3.1.	Создание сайта с использованием конструкторов		1	2			6
3.2.	Социальные сети. Порталы. Блоги		2	2			4
3.3.	Контекстная реклама		1	2			4
<b>4</b>	<b>Интернет-реклама</b>	<b>24</b>	<b>4</b>	<b>6</b>			<b>14</b>
4.1.	Виды рекламы в сети Интернет		1	1			4
4.2.	E-mail-маркетинг		1	1			2
4.3.	Интернет-брендинг		1	2			4
4.4.	Оценка эффективности интернет-рекламы		1	2			4
	<b>Зачет</b>	<b>10</b>				<b>0,25</b>	<b>9,75</b>
	<b>Итого:</b>	<b>108</b>	<b>16</b>	<b>24</b>		<b>0,25</b>	<b>67,75</b>

## 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	Виды маркетинговых исследований. Способы определения эффективного вида	14	1,2,6	Презентация с докладом, защита практической

	исследований	маркетингового исследования			работы
2.	Основы Интернет-маркетинга	Принципы разработки стратегии интернет-маркетинга и определение сегмента рынка, целевой аудитории и позиционирования товаров.	16	3,4,7	Презентация с докладом, защита практической работы
3.	Продвижение товаров в сети Интернет	Анализ технологических платформ для создания сайта.	14	4,5,8	Презентация с докладом, защита практической работы
4.	Интернет-реклама	Принципы написания рекламных материалов для привлечения клиентов. Анализ систем веб-аналитики.	14	1,9,10	Презентация с докладом, защита практической работы
	Зачет		9,75		Тестирование
	Итого		<b>67,75</b>		

## 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 предусмотрены*

## 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: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1074173">https://znanium.com/catalog/product/1074173</a>	<a href="https://znanium.com/catalog/document?id=389631">https://znanium.com/catalog/document?id=389631</a>
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: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1903657">https://znanium.com/catalog/product/1903657</a>	<a href="https://znanium.com/catalog/document?id=417786">https://znanium.com/catalog/document?id=417786</a>
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: <a href="https://znanium.com/catalog/product/353682">https://znanium.com/catalog/product/353682</a>	<a href="https://znanium.com/catalog/document?id=47165">https://znanium.com/catalog/document?id=47165</a>
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: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1091183">https://znanium.com/catalog/product/1091183</a>	<a href="https://znanium.com/catalog/document?id=358148">https://znanium.com/catalog/document?id=358148</a>
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: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1818952">https://znanium.com/catalog/product/1818952</a> (дата обращения: 06.11.2022)	<a href="https://znanium.com/catalog/document?id=380323">https://znanium.com/catalog/document?id=380323</a>
<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: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1854606">https://znanium.com/catalog/product/1854606</a>	<a href="https://znanium.com/catalog/document?id=390823">https://znanium.com/catalog/document?id=390823</a>
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: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1860035">https://znanium.com/catalog/product/1860035</a>	<a href="https://znanium.com/catalog/document?id=393131">https://znanium.com/catalog/document?id=393131</a>
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: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1817669">https://znanium.com/catalog/product/1817669</a>	<a href="https://znanium.com/catalog/document?id=380066">https://znanium.com/catalog/document?id=380066</a>
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: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1917620">https://znanium.com/catalog/product/1917620</a>	<a href="https://znanium.com/catalog/document?id=420862">https://znanium.com/catalog/document?id=420862</a>
10	Продвижение порталов и интернет-магазинов : практическое руководство / Л. О. Гроховский, И. О. Севостьянов, Д. В. Иванов, Ф. А. Фиронов. - Санкт-	<a href="https://znanium.com/catalog/document?id=378956">https://znanium.com/catalog/document?id=378956</a>



Петербург : Питер, 2014. - 224 с. - ISBN 978-5-496-00736-8. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1766609">https://znanium.com/catalog/product/1766609</a>	
---	--

## 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	<p>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.</p>	<p>Microsoft Windows XP Professional, версия 2002 ServicePack3 76456-642-8256356-23551 915 лицензий.</p>
Аудитория Ж-212	<p>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 &amp; 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>