

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич  
Должность: и.о. ректора  
Дата подписания: 26.04.2024 11:53:43  
Уникальный программный ключ:  
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«ТОМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**УТВЕРЖДАЮ**  
Председатель КСН



М.Л. Белоножко

«30» августа 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины: Интернет продвижение

направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность: Диджитал маркетинг

форма обучения: очная/заочная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 30.08.2021 г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность Диджитал маркетинг к результатам освоения дисциплины «Интернет продвижение»

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Протокол № 1 от «30» августа 2021г.

Заведующий кафедрой



М.Л. Белоножко

Рабочую программу разработал:

И.В. Легостаева, ассистент кафедры



## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

**Цель дисциплины:** Формирование у обучающихся совокупности знаний в области теории и практики интернет-маркетинга; получение ими умений и навыков самостоятельной разработки программ по продвижению продукции и бренда компании в сети Интернет.

**Основными задачами изучения курса являются:**

1. Обобщение и уточнение теоретико-методологических основ организации рекламных кампаний, ориентированных на современные тенденции развития общества.

2. Изучение особенностей маркетинговых технологий, построенных на использовании сети Интернет.

3. Получение навыков оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах и ее оптимизации.

4. Получение умений и навыков самостоятельной разработки и проектирования деятельности в области интернет-маркетинга.

5. Обобщение и уточнение теоретико-методологических основ проектной деятельности, направленной на повышение узнаваемости продукции компании.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Интернет продвижение» относится к дисциплинам части Блока 1, формируемого участниками образовательных отношений учебного плана.

Для полного усвоения данной дисциплины обучающиеся должны знать: «Медиапланирование»; «SMM и SMCS»; «Основы маркетинга и рекламы».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

**Знание:**

- маркетинговых технологий;
- основных способов сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации;
- работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами.

**Умения:**

- использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты;
- находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа;
- работать с большими объемами информации.

**Владение:**

- навыками планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации;
- навыками мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках;
- навыками определения целевой аудитории потребителей продукции СМИ.

Содержание дисциплины «Интернет продвижение» служит основой для написания ВКР.

## 3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
<p><b>ПКС-5.</b> Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций</p>	<p><b>Знать:</b>            ПКС-5. 3.5.3. Знает технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов            ПКС-5. 3.5.4. Знает принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков</p>	<p><b>Знает:</b> ПКС-5. 3.5.3. Знает технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний в целях интернет-продвижения продукции предприятия            ПКС-5. 3.5.4. Знает принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков</p>
	<p><b>Уметь:</b>            ПКС-5. У.5.1. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты            ПКС-5. У.5.3. Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций            ПКС-5. У.5.4. Умеет осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение            ПКС-5. У.5.5. Умеет эффективно работать с системой управления контентом (CMS)</p>	<p><b>Умеет:</b> ПКС-5. У.5.1. Умеет использовать современные рекламные технологии продвижения в цифровой среде            ПКС-5. У.5.3. Умеет интегрировать различные средства продвижения в цифровой среде            ПКС-5. У.5.4. Умеет осуществлять планирование мероприятий по интернет-продвижению            ПКС-5. У.5.5. Умеет эффективно работать с системой управления контентом (CMS) при продвижении продукции в цифровой среде</p>
	<p><b>Владеть:</b>            ПКС-5. В.5.1. Владеет навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий            ПКС-5. В.5.2. Владеет навыками выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации            ПКС-5. В.5.3. Владеет навыками разработки плана мероприятий по продвижению продукции СМИ            ПКС-5. В.5.7. Владеет оценкой возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру            ПКС-5. В.5.8. Владеет перемещением информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов            ПКС-5. В.5.9. Владеет проверкой правильности отображения внесенных изменений</p>	<p><b>Владеет:</b> ПКС-5. В.5.1. Владеет навыками разработки концепции интернет-продвижения            ПКС-5. В.5.2. Владеет навыками выбора маркетинговых технологий интернет-продвижения            ПКС-5. В.5.3. Владеет навыками разработки плана мероприятий по интернет-продвижению            ПКС-5. В.5.7. Владеет оценкой возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру при подготовке рекламных материалов            ПКС-5. В.5.8. Владеет перемещением информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов в цифровой среде            ПКС-5. В.5.9. Владеет проверкой правильности отображения внесенных изменений в рекламные материалы</p>

#### 4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часа

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7
очная	4/7	30	16	-	62	Зачет
очная	4/8	20	10	-	78+36	экзамен, курсовая работа
заочная	4/8	10	8	-	86+4	Зачет
заочная	5/9	12	10	-	113+9	экзамен, курсовая работа

## 5. Структура и содержание дисциплины

### 5.1. Структура дисциплины.

#### очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7 семестр									
1	1	Интернет как среда для ведения предпринимательской деятельности	4	2	-	15	21	ПКС-5.3.5.2 ПКС-5.У.5.2	Презентация Тесты
2	2	Веб-сайт как инструмент маркетинга	10	6	-	14	30	ПКС-5.3.5.2 ПКС-5.3.5.3 ПКС-5.У.5.1 ПКС-5.В.5.2	Презентация Тесты
3	3	Поисковая реклама	12	6	-	15	33	ПКС-5.3.5.2 ПКС-5.3.5.3 ПКС-5.У.5.1 ПКС-5.У.5.3 ПКС-5.В.5.2	Выполнение практической работы
4	4	Методы продвижение товара в сети Интернет. Е-mail маркетинг. Интернет-реклама. Оценка эффективности продвижения в Интернете.	4	2	-	18	24	ПКС-5.3.5.2 ПКС-5.3.5.4 ПКС-5.У.5.1 ПКС-5.У.5.3 ПКС-5.В.5.2 ПКС-5.В.5.5 ПКС-5.В.5.6	Презентация Тесты
8 семестр									
4	4	Методы продвижение товара в сети Интернет. Е-mail маркетинг. Интернет-реклама. Оценка эффективности продвижения в Интернете.	10	5	-	39	54	ПКС-5.3.5.2 ПКС-5.3.5.4 ПКС-5.У.5.1 ПКС-5.У.5.3 ПКС-5.В.5.2 ПКС-5.В.5.5 ПКС-5.В.5.6	Презентация Тесты
5	5	Маркетинг в социальных сетях	10	5	-	39	54	ПКС-5.3.5.2 ПКС-5.3.5.4 ПКС-5.У.5.1	Презентации Выполне-

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
								ПКС-5.У.5.3 ПКС-5.В.5.2 ПКС-5.В.5.5 ПКС-5.В.5.6	ниепрактической работы
6	Экзамен		-	-	-	36	36	ПКС-5.3.5.2 ПКС-5.3.5.3 ПКС-5.3.5.4 ПКС-5.У.5.1 ПКС-5.У.5.3 ПКС-5.В.5.2 ПКС-5.В.5.5 ПКС-5.В.5.6	Экзаменационные вопросы
Итого:			50	26	-	140+36	252		

### заочная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.2

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>8 семестр</b>									
1	1	Интернет как среда для ведения предпринимательской деятельности	2	2	-	26	30	ПКС-5.3.5.2 ПКС-5.У.5.2	Презентация
2	2	Веб-сайт как инструмент маркетинга	4	2	-	38	46	ПКС-5.3.5.2 ПКС-5.3.5.3 ПКС-5.У.5.1 ПКС-5.В.5.2	Презентация Тесты
3	3	Поисковая реклама	4	4	-	44	52	ПКС-5.3.5.2 ПКС-5.3.5.3 ПКС-5.У.5.1 ПКС-5.У.5.3 ПКС-5.В.5.2	Выполнение непрактической работы
		Зачет				4	4	ПКС-5	Вопросы и задания
<b>9 семестр</b>									
4	4	Методы продвижение товара в сети Интернет. E-mail маркетинг. Интернет-реклама. Оценка эффективности продвижения в Интернете.	6	4	-	46	56	ПКС-5.3.5.2 ПКС-5.3.5.4 ПКС-5.У.5.1 ПКС-5.У.5.3 ПКС-5.В.5.2 ПКС-5.В.5.5 ПКС-5.В.5.6	Презентация Тесты
5	5	Маркетинг в социальных сетях	6	6	-	45	57	ПКС-5.3.5.2 ПКС-5.3.5.4 ПКС-5.У.5.1 ПКС-5.У.5.3 ПКС-5.В.5.2 ПКС-5.В.5.5 ПКС-5.В.5.6	Презентации Выполнение непрактической работы
	Экзамен		-	-	-	13	13		Вопросы к зачету и экзамену
Итого:			22	18	-	199+13	252		

## **Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)**

Не реализуется.

### **5.2. Содержание дисциплины.**

#### **5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).**

##### **Раздел 1. «Интернет как среда для ведения предпринимательской деятельности».**

Основные этапы развития сети Интернет. История развития интернет-бизнеса в России. Количественные и качественные характеристики интернет-аудитории. Комплексный интернет-маркетинг. Формы коммуникаций между предпринимательскими структурами и потребителями в сети Интернет.

##### **Раздел 2. «Веб-сайт как инструмент маркетинга».**

Место веб-сайта в деятельности фирмы. Функции и типы веб-сайтов. Основные этапы создания веб-сайта. Методы удержания посетителей веб-сайта. CRM в Интернете. Оценка аудитории сайта: показатели интернет-статистики.

##### **Раздел 3. «Поисковая реклама».**

Основные поисковые системы и каталоги в России и за рубежом. Регистрация в каталогах. Оптимизация веб-сайта под поисковые системы. Поисковая реклама. Участие в рейтингах и регистрации в каталогах. Обмен ссылками. Профайлинг и персонализация в интернет-рекламе. Оценка уровня конкуренции при поисковой оптимизации. Анализ коммерческого потенциала посетителя. Количественный и качественный подход к оптимизации. Способы оптимизации сайта.

**Раздел 4. «Методы продвижения товара в сети Интернет. E-mail маркетинг. Интернет-реклама. Оценка эффективности продвижения в Интернете».**

История электронной почты. Виды электронных рассылок. Организация собственных электронных рассылок. Особенности интернет-рекламы. Виды рекламных площадок. Типы рекламных сообщений. Особенности контекстной и баннерной рекламы. Медиапланирование в Интернете. Проведение рекламных компаний. Система сбора информации для оценки эффективности интернет-рекламы. Методы оценки эффективности интернет-рекламы. Комплексный метод оценки эффективности интернет-рекламы.

##### **Раздел 5. «Маркетинг в социальных сетях».**

Продвижение в социальных сетях. Управление репутацией в социальных сетях. Клиентская поддержка в социальных сетях. Мониторинг социальных сетей. Этапы маркетинга в социальных сетях.

#### **5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.**

##### **Лекционные занятия**

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	4	2	-	Основные этапы развития сети Интернет. Комплексный интернет-маркетинг.

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
2	2	10	4	-	Место веб-сайта в деятельности фирмы. Функции и типы веб-сайтов. Основные этапы создания веб-сайта. Методы удержания посетителей веб-сайта. CRM в Интернете. Оценка аудитории сайта: показатели интернет-статистики.
3	3	12	4	-	Основные поисковые системы и каталоги в России и за рубежом. Оптимизация веб-сайта под поисковые системы. Поисковая реклама. Профайлинг и персонализация в интернет-рекламе. Оценка уровня конкуренции при поисковой оптимизации. Анализ коммерческого потенциала посетителя.
4	4	14	6	-	История электронной почты. Виды электронных рассылок. Особенности интернет-рекламы. Особенности контекстной и баннерной рекламы. Медипланирование в Интернете. Проведение рекламных компаний. Методы оценки эффективности интернет-рекламы.
5	5	10	6	-	Продвижение в социальных сетях. Управление репутацией в социальных сетях. Клиентская поддержка в социальных сетях. Мониторинг социальных сетей. Этапы маркетинга в социальных сетях.
Итого:		50	22	X	

### Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	2	2	-	Количественные и качественные характеристики интернет-аудитории. Формы коммуникаций между предпринимательскими структурами и потребителями в сети Интернет.
2	2	4	4	-	CRM в Интернете. Оценка аудитории сайта: показатели интернет-статистики. Методы удержания посетителей веб-сайта.
3	3	6	4	-	Оптимизация веб-сайта под поисковые системы. Поисковая реклама. Анализ коммерческого потенциала посетителя. Количественный и качественный подход к оптимизации.
4	4	8	4	-	Особенности Интернет рекламы. Медипланирование в Интернете. Проведение рекламных компаний. Методы оценки эффективности интернет-рекламы.



№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
5	5	6	4	-	Портрет пользователя социальных сетей. Продвижение в социальных сетях. Мониторинг социальных сетей. Этапы маркетинга в социальных сетях.
Итого:		26	18	X	X

### Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

### Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	16	26	-	Основные этапы развития сети Интернет. История развития интернет-бизнеса в России.	Подготовка презентации
2	2	26	38	-	CRM в Интернете.	Подготовка к практическим занятиям Подготовка к тестам
3	3	30	44	-	Анализ поведения потребителей на сайте. Поисковая реклама	Подготовка к практическим занятиям Подготовка к тестам
4	4	34	46	-	Планирование рекламных кампаний в сети Интернет	Выполнение письменных домашних заданий Подготовка к практическим занятиям
5	5	34	45	-	Продвижение в социальных сетях.	Подготовка к практическим занятиям Подготовка к тестированию
			4			Подготовка к зачету
		36	9			Подготовка к экзамену
Итого:		140+36	199+13	X	X	X

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- дискуссия;
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

### 6. Тематика курсовых работ/проектов

- 1) Основы методологии маркетинга в Интернет
- 2) Электронный маркетинг и системы классификации товаров и услуг
- 3) Сетевая экономика и Интернет-маркетинг
- 4) Сеть Интернет как инструмент маркетинга
- 5) Этические аспекты и принципы ведения электронного маркетинга
- 6) Информационные и телекоммуникационные технологии в Интернетмаркетинге
- 7) Корпоративные информационные системы и функции маркетинга
- 8) CRM -системы как средство реализации маркетинга взаимоотношений с клиентами
- 9) Значение Web-сайта в системе маркетинга предприятия
- 10) Принципы построения Web-сайтов
- 11) Принципы функционирования Web-сайтов
- 12) Особенности маркетинговой деятельности предприятия на электронном рынке
- 13) Оценка эффективности маркетинговой деятельности в сети Интернет
- 14) Методы получения данных в Интернет для реализации маркетинговой деятельности
- 15) Маркетинговые исследования в сети Интернет
- 16) Товарная политика в Интернете
- 17) Рынок услуг в Интернете
- 18) Методы ценообразования в сети Интернет
- 19) Ценовая политика и Интернет
- 20) Система распределения и Интернет
- 21) Организация коммуникативной политики в Интернете
- 22) Методы продвижения Web-сайта в Интернете
- 23) Реклама в сети Интернет
- 24) Методы по стимулированию сбыта в Интернете
- 25) Эффективность e-mail-маркетинга
- 26) Связи с общественностью в Интернете

## 7. Контрольные работы

У обучающихся очной формы обучения контрольные работы не предусмотрены. Обучающиеся заочной формы обучения выполняют контрольную работу в 8 семестре.

### 7.1 Методические указания для выполнения контрольных работ

#### 7.2. Тематика контрольных работ

1. Современная концепция интернет- маркетинга.
2. Электронный бизнес и электронная коммерция.
3. Понятие и принципы построения сети Интернет.
4. Платежные системы в интернете.
5. Обеспечение информационной безопасности в сети интернет.
6. Особенности процесса навигации в сети Интернет.
7. Особенности организации маркетинговых исследований в Интернете.
8. Проведение опросов в интернете.
9. Сбор маркетинговой информации о пользователях Интернета.
10. Влияние Интернета на формирование маркетингового окружения и жизненный цикл товара.
11. Применение Интернета для улучшения пред- и послепродажного обслуживания.
12. Использование средств Интернет для разработки и создания новых товаров.
13. Развитие сферы услуг в интернете.
14. Интернет-аукционы.
15. Розничная торговля в интернете. Интернет-посредники.
16. Основные методы организации связей с общественностью в Интернете и их особенности.
17. Организация и принцип работы Интернет-магазина.
18. Влияние Интернета на формирование маркетингового окружения и жизненный цикл товара.
19. Веб-сайт предприятия как инструмент маркетинга и его место в общей программе коммуникаций в Интернете.
20. Развитие Интернета и интернет-маркетинга в России.

## 8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1. , 8.2

Таблица 8.1

7 семестр

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Готовая презентация по теме	10
1.2	Выполнение тестовых заданий по теме.	10
1.3	Выполнение практических заданий по теме.	10

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
	ИТОГО за первую текущую аттестацию	30
2 текущая аттестация		
2.1	Выполнение практических заданий по теме «CRM в Интернете»	10
2.2	Выполнение тестовых заданий по теме «Поисковая реклама»	10
2.3	Выполнение практического задания «Планирование исследований в сети. Составление анкет и сбор данных».	10
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	30
3 текущая аттестация		
3.1	Тестирование по теме «Методы продвижение товара в сети Интернет».	10
3.2	Практическая работа «Планирование рекламной кампании в сети»	10
3.3	Практическая работа «Создание и продвижение сообщества «ВКонтакте»	10
3.4.	Тестирование по разделу «Маркетинг в социальных сетях»	10
	ИТОГО за третью текущую аттестацию	40
	<b>ВСЕГО</b>	<b>100</b>

Таблица 8.2  
8 семестр

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Готовая презентация по теме	10
1.2	Выполнение тестовых заданий по теме.	10
1.3	Выполнение практических заданий по теме.	10
	ИТОГО за первую текущую аттестацию	30
2 текущая аттестация		
2.1	Выполнение практических заданий по теме «CRM в Интернете»	10
2.2	Выполнение тестовых заданий по теме «Поисковая реклама»	10
2.3	Выполнение практического задания «Планирование исследований в сети. Составление анкет и сбор данных».	10
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	30
3 текущая аттестация		
3.1	Тестирование по теме «Методы продвижение товара в сети Интернет».	10
3.2	Практическая работа «Планирование рекламной кампании в сети»	10
3.3	Практическая работа «Создание и продвижение сообщества «ВКонтакте»	10
3.4.	Тестирование по разделу «Маркетинг в социальных сетях»	10
	ИТОГО за третью текущую аттестацию	40
	<b>ВСЕГО</b>	<b>100</b>

8.3. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения) представлена в таблице 8.3.

Таблица 8.3

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	Тестирование по разделу «Интернет как среда для ведения предпринимательской деятельности»	10
2	Презентация по разделу «Интернет как среда для ведения предпринимательской деятельности»	
3	Тестирование по разделу «Веб-сайт как инструмент маркетинга»	10
4	Презентация по разделу «Веб-сайт как инструмент маркетинга»	10
3	Выполнение практического задания «Организация маркетинговых исследований в сети Интернет» по разделу «Поисковая реклама»	15
4	Тестирование по разделу «Методы продвижение товара в сети Интернет. E-mail маркетинг. Интернет-реклама. Оценка эффективности продвижения в Интернете»	10
5	Презентация по разделу «Методы продвижение товара в сети Интернет. E-mail маркетинг. Интернет-реклама. Оценка эффективности продвижения в Интернете»	15
6	Практическая работа «Создание и продвижение сообщества «ВКонтакте»	20
7	Тестирование по разделу «Маркетинг в социальных сетях»	10
	<b>ВСЕГО</b>	<b>100</b>

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГНТУ (г. Уфа);
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГТУ (г. Ухта);
- ЭБС «Прспект»;
- ЭБС «Консультант студент»;

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. MicrosoftOfficeProfessionalPlus;
2. Windows 8

## 10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины	Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование)
1	Персональные компьютеры	Проектор, экран

## 11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по выполнению контрольных работ для обучающихся всех направлений бакалавриата, заочной формы обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 24с.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Метод. рек. к организации самостоятельной работы обучающихся всех направлений подготовки бакалавриата, всех форм обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 32 с.

### Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина Интернет продвижение

Код, направление подготовки: 42.03.01 реклама и связи с общественностью

Программа: Диджитал маркетинг

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
<b>ПКС-5.</b> Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.	ПКС-5. 3.5.4. Знает технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний в целях интернет-продвижения продукции предприятия	Не знает технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний в целях интернет-продвижения продукции предприятия	Демонстрирует отдельные знания технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний в целях интернет-продвижения продукции предприятия	Демонстрирует достаточные знания технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний в целях интернет-продвижения продукции предприятия	Демонстрирует исчерпывающие знания технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний в целях интернет-продвижения продукции предприятия
	ПКС-5. 3.5.6. Знает принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков	Не знает принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков	Демонстрирует отдельные знания принципов работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков	Демонстрирует достаточные знания принципов работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков	Демонстрирует исчерпывающие знания принципов работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	ПКС-5. У.5.1. Умеет использовать современные рекламные технологии продвижения в цифровой среде	Не умеет использовать современные рекламные технологии продвижения в цифровой среде	Умеет использовать некоторые современные рекламные технологии продвижения в цифровой среде	Умеет использовать современные рекламные технологии продвижения в цифровой среде	В совершенстве умеет использовать современные рекламные технологии продвижения в цифровой среде
	ПКС-5. У.5.3. Умеет интегрировать различные средства продвижения в цифровой среде	Не умеет интегрировать различные средства продвижения в цифровой среде	Умеет использовать некоторые средства продвижения в цифровой среде	Умеет использовать средства продвижения в цифровой среде	В совершенстве умеет средства продвижения в цифровой среде
	ПКС-5. У.5.4. Умеет осуществлять планирование мероприятий по интернет-продвижению	Не умеет осуществлять планирование мероприятий по интернет-продвижению	Умеет частично осуществлять планирование мероприятий по интернет-продвижению	Умеет осуществлять планирование мероприятий по интернет-продвижению	В совершенстве умеет осуществлять планирование мероприятий по интернет-продвижению
	ПКС-5. У.5.5. Умеет эффективно работать с системой управления контентом (CMS) при продвижении продукции в цифровой среде	Не умеет эффективно работать с системой управления контентом (CMS) при продвижении продукции в цифровой среде	Умеет частично работать с системой управления контентом (CMS) при продвижении продукции в цифровой среде	Умеет эффективно работать с системой управления контентом (CMS) при продвижении продукции в цифровой среде	В совершенстве умеет эффективно работать с системой управления контентом (CMS) при продвижении продукции в цифровой среде



Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	ПКС-5. В.5.1. Владеет навыками разработки концепции интернет-продвижения	Не владеет навыками разработки концепции интернет-продвижения	Владеет некоторыми навыками разработки концепции интернет-продвижения	Хорошо владеет навыками разработки концепции интернет-продвижения	В совершенстве владеет навыками разработки концепции интернет-продвижения
	ПКС-5. В.5.2. Владеет навыками выбора маркетинговых технологий интернет-продвижения	Не владеет навыками выбора маркетинговых технологий интернет-продвижения	Владеет некоторыми навыками выбора маркетинговых технологий интернет-продвижения	Хорошо владеет навыками выбора маркетинговых технологий интернет-продвижения	В совершенстве владеет навыками выбора маркетинговых технологий интернет-продвижения
	ПКС-5. В.5.3. Владеет навыками разработки плана мероприятий по интернет-продвижению	Не владеет навыками разработки плана мероприятий по интернет-продвижению	Владеет некоторыми навыками разработки плана мероприятий по интернет-продвижению	Хорошо владеет навыками разработки плана мероприятий по интернет-продвижению	В совершенстве владеет навыками разработки плана мероприятий по интернет-продвижению

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	ПКС-5. В.5.7. Владеет оценкой возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру при подготовке рекламных материалов	Не владеет навыками оценки возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру при подготовке рекламных материалов	Владеет некоторыми навыками оценки возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру при подготовке рекламных материалов	Хорошо владеет навыками оценки возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру при подготовке рекламных материалов	В совершенстве владеет навыками оценки возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру при подготовке рекламных материалов
	ПКС-5. В.5.8. Владеет перемещением информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов в цифровой среде	Не владеет навыками перемещения информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов в цифровой среде	Владеет некоторыми навыками перемещения информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов в цифровой среде	Хорошо владеет навыками перемещения информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов в цифровой среде	В совершенстве владеет навыками перемещения информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов в цифровой среде
	ПКС-5. В.5.9. Владеет проверкой правильности отображения внесенных изменений в рекламные материалы	Не владеет навыками проверки правильности отображения внесенных изменений в рекламные материалы	Владеет некоторыми навыками проверки правильности отображения внесенных изменений в рекламные материалы	Хорошо владеет навыками проверки правильности отображения внесенных изменений в рекламные материалы	В совершенстве владеет навыками проверки правильности отображения внесенных изменений в рекламные материалы.

**КАРТА**

**обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой**

Дисциплина: Интернет продвижение

Код, направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программа: Диджитал маркетинг

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	2	3	4	5	6
1	<b>Пигулевский, В. О.</b> Дизайн визуальных коммуникаций : учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. Ф. Стефаненко. - Саратов : Вузовское образование, 2018. - 303 с. - URL: <a href="http://www.iprbookshop.ru/75951.html">http://www.iprbookshop.ru/75951.html</a> . - Режим доступа: для автор. пользователей. - ЭБС "IPR BOOKS".	ЭР	25	100	+
2	<b>Сергодеева, Е. А.</b> Коммуникативные технологии в информационном обществе [Электронный ресурс] : Практикум / Е. А. Сергодеева, М. Т. Асланова, Е. В. Сапрыкина. - Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2016. - 106 с. <a href="http://www.iprbookshop.ru/69391.html">http://www.iprbookshop.ru/69391.html</a>	ЭР	25	100	+
3	<b>Жильцова, Ольга Николаевна.</b> Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. - Москва : Издательство Юрайт, 2020. - 233 с. - (Высшее образование). - URL: <a href="https://urait.ru/bcode/451045">https://urait.ru/bcode/451045</a> . - Режим доступа: для автор. пользователей. - ЭБС "Юрайт".	ЭР	25	100	+

Заведующий кафедрой МиМУ  М.Л. Белоножка

Директор БИК \_\_\_\_\_



Д.Х. Каюкова