Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга и торгового дела

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.В.Э.2.1 Интернет маркетинг»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент
(код и наименование направления подготовки)

Маркетинг
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора 2025

Рабочая программа дисциплины «*Б1.Д.В.Э.2.1 Интернет маркетинг*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра маркетинга и торгового дела
наименование кафедры

протокол № 8 от "03" 02 2025 г.

Заведующий кафедрой
Кафедра маркетинга и торгового дела _____ О.М. Калиева
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:
Доцент _____ Н.В. Лужнова
должность *подпись* *расшифровка подписи*

_____
должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
38.03.02 Менеджмент _____ О.М. Калиева
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом формирования фонда и научной обработки документов
_____ С.А. Бижшимирова
личная подпись *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета
_____ Ю.В. Рожкова
личная подпись *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Лужнова Н.В., 2025
© ОГУ, 2025

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: усвоение студентами теоретических знаний и практических умений и навыков разработки и внедрения эффективных решений в области реализации инструментов интернет-маркетинга на предприятиях различных отраслей и сфер деятельности.

Задачи:

- усвоение основных понятий в области интернет-маркетинга: сущность, концепции, принципы, способы организации маркетинговой деятельности в сети Интернет;
- приобретение знаний о содержании инструментов комплекса интернет-продвижения предприятия;
- овладение технологиями и инструментами сбора, обработки, хранения и поиска информации в сети Интернет;
- овладение умениями разработки основных приемов продвижения и организации рекламных кампаний в сети Интернет;
- овладение навыками разработки контекстной, таргетированной рекламы, написания электронных писем;
- приобретение умений и навыков использования теоретических знаний в практических ситуациях, а также формирование необходимых для профессиональной деятельности профессиональных компетенций.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам (модулям) по выбору вариативной части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.3 Иностранный язык, Б1.Д.Б.6 Русский язык и культура речи, Б1.Д.Б.11 Информатика, Б1.Д.Б.12 Информационные технологии и программирование, Б1.Д.Б.17 Современная концепция маркетинга, Б1.Д.Б.23 Коммерческая деятельность, Б1.Д.Б.24 Электронные коммуникации в управлении*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ПК*-9 Способен организовывать маркетинговую и коммерческую деятельность в цифровом пространстве	ПК*-9-В-4 Знает технологии и инструментарий маркетинга в цифровой среде ПК*-9-В-5 Способен организовывать взаимодействие с целевой аудиторией в цифровом пространстве ПК*-9-В-6 Владеет навыками применения маркетингового инструментария при принятии управленческих решений в цифровой среде	**Знать:** принципы, функции, технологии и инструментарий интернет-маркетинга **Уметь:** разрабатывать инструменты интернет-маркетинга и организовывать эффективное взаимодействие с целевой аудиторией в цифровом пространстве **Владеть:** навыками организации маркетинговой деятельности в цифровом пространстве; навыками применения маркетинговых инструментов при принятии управленческих решений в цифровой среде

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	5 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**180**	**180**
Контактная работа:	**54,5**	**54,5**
Лекции (Л)	18	18
Практические занятия (ПЗ)	34	34
Консультации	1	1
Индивидуальная работа и инновационные формы учебных занятий	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,5	0,5
Самостоятельная работа: *- выполнение курсовой работы (КР);* *- написание реферата (Р);* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий;* *- изучение разделов курса в системе электронного обучения Moodle;* *- изучение разделов массового открытого онлайн-курса «Цифровой маркетинг и социальные сети»;* *- подготовка к практическим занятиям;* *- подготовка к рубежному контролю и т.п.)*	**125,5** +	**125,5**
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	**экзамен**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Содержание инструментов комплекса интернет-маркетинга	56	6	10		40
2	Методы проведения маркетинговых исследований и поиска информации в сети Интернет	56	4	12		40
3	Содержание и виды инструментов интернет-продвижения	68	8	12		48
	Итого:	180	18	34		128
	Всего:	180	18	34		128

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел № 1 Содержание инструментов комплекса интернет-маркетинга

Преимущества интернет-маркетинга по сравнению с классическим маркетингом. Функции интернет-маркетинга. Принципы интернет-маркетинга. Особенности товарной политики в интернет-маркетинге. Характеристика рынка информационных услуг и продуктов. Принципы ценообразования в интернет-маркетинге. Электронная коммерция. Виды интернет-магазинов. Комплекс продвижения в интернет-маркетинге. Интеграция и конвергенция инструментов комплекса интернет-маркетинга. Воронка продаж и конверсия в интернет-маркетинга.

Раздел № 2 Методы проведения маркетинговых исследований и поиска информации в сети Интернет

Процесс маркетинговых исследований на электронном рынке. Проблемы количественных исследований с использованием online-анкет. Способы формирования выборок в интернет-исследованиях. Поисковые системы как источники информации для проведения маркетинговых исследований в сети Интернет. Язык запросов в поисковых системах. Интерактивные каталоги как источники информации для

проведения маркетинговых исследований в сети Интернет. Стратегия поиска конкурентной информации в сети Интернет.

Раздел № 3 Содержание и виды инструментов интернет-продвижения

Корпоративный сайт как основа интернет-продвижения. Баннерная (медийная) реклама. Поисковый маркетинг: поисковая оптимизация сайта, поисковое продвижение, контекстная реклама, медийно-контекстные баннеры. Маркетинг в социальных сетях: продвижение в социальных сетях, управление репутацией в социальных сетях, клиентская поддержка в социальных сетях, мониторинг социальных сетей. Процесс маркетинга в социальных сетях. Таргетированная реклама в социальных сетях. Вирусная реклама. E-mail-маркетинг. Геймификация. Преимущества и недостатки разных инструментов продвижения в маркетинге.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Интернет как основная среда электронного бизнеса	2
2	1	Интеграция и конвергенция инструментов комплекса интернет-маркетинга	2
3, 4, 5	1	Анализ содержания, оформления, и юзабилити официальных сайтов организаций или исследование товарной и ценовой политики интернет-магазинов	6
6	2	Процесс маркетинговых исследований на электронном рынке	2
7	2	Стратегия поиска конкурентной информации в сети Интернет	2
8	2	Поисковые системы как источники информации для проведения маркетинговых исследований в сети Интернет	2
9	2	Оценка рейтинга сайта в поисковых системах	2
10	2	Создание семантического ядра сайта	2
11	2	Язык запросов в поисковых системах	2
12	3	Проведение поискового продвижения сайта	2
13	3	Разработка контекстной рекламы	2
14	3	Разработка баннерной (медийной) рекламы	2
15	3	Написание электронного письма	2
16	3	Маркетинг в социальных сетях	2
17	3	Разработка таргетированной рекламы	2
		Итого:	34

4.4 Курсовая работа (5 семестр)

Примерные темы курсовых работ:
1 Индустрия информации и экономика знаний
2 Основы методологии маркетинга в интернете
3 Современные концепции маркетинга в электронном пространстве
4 Сетевая экономика и интернет-маркетинг
5 Сеть интернет как инструмент маркетинга
6 Этапы и перспективы развития маркетинговых информационных технологий
7 Сравнительный анализ традиционного и интернет-бизнеса
8 Состояние и перспективы развития рынка электронной коммерции в России и за рубежом
9 Правовые аспекты реализации маркетинговой деятельности в интернете
10 Этические аспекты и принципы ведения интернет-маркетинга
11 Информационные и телекоммуникационные технологии в интернет-маркетинге
12 Корпоративные информационные системы и функции маркетинга
13 Управление взаимоотношениями с клиентами в интернете
14 Базы данных и системы управления взаимоотношениями с клиентами в интернет-маркетинге
15 Платежные интернет-системы и специфика оплаты товаров и услуг в интернете
16 Маркетинговая информационная система в интернете
17 Инструменты и средства проведения маркетинговых исследований в интернете
18 Методы поиска и обработки информации в интернете
19 Использование средств интернета для разработки и создания новых товаров

20 Развитие сферы услуг в интернете
21 Политика ценообразования и основные принципы ее формирования в интернете
22 Интернет-аукционы и их роль в ценообразовании
23 Система распределения в интернет-маркетинге
24 Применение интернета для улучшения пред- и послепродажного обслуживания
25 Организация коммуникативной политики в интернете
26 Значение корпоративного сайта в системе маркетинга предприятия
27 Виды и принципы построения сайтов
28 Принципы функционирования и методы продвижения сайтов
29 Методы удержания посетителей сайта
30 Разработка семантического ядра сайта
31 Основные рекламные носители в интернете
32 Организация и оценка эффективности рекламных кампаний в интернете
33 Методы стимулирования сбыта в интернете
34 Принципы разработки и рассылки электронных писем в интернет-маркетинге
35 Связи с общественностью в интернете
36 Интернет-брендинг
37 Копирайтинг и поисковая оптимизация сайта в интернете
38 Разработка контекстной рекламы
39 Маркетинг в социальных сетях
40 Разработка таргетированной рекламы
41 Разработка вирусной рекламы в сети интернет
42 Геймификация и конкурсные механики в сети интернет
43 Бенчмаркинг в интернете
44 Функции и задачи маркетолога при внедрении интернет-проекта
45 Методы конверсии потребителей и воронка продаж в интернет-маркетинге

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. – 2-е изд., пересм. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 346 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684274 (дата обращения: 10.03.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04250-8. – Текст : электронный.

2. Лунева, Е. А. Цифровой маркетинг : учебное пособие : [16+] / Е. А. Лунева, Н. П. Реброва ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – Москва : Прометей, 2021. – 165 с. : схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612079 (дата обращения: 10.03.2025). – Библиогр.: с. 144-155. – ISBN 978-5-00172-088-1. – Текст : электронный.

3. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 185 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507 (дата обращения: 10.03.2025). – Библиогр.: с. 174. – ISBN 978-5-4499-3059-0. – Текст : электронный.

5.2 Дополнительная литература

1. Интернет маркетинг. Выполнение курсовой работы [Электронный ресурс] : методические указания для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент / сост. Н. В. Лужнова; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Оренбург. гос. ун-т", Каф. маркетинга и торгового дела. - Электрон. текстовые дан. (1 файл: 0.38 Мб). - Оренбург : ОГУ, 2023. - 43 с. - Загл. с тит. экрана. - Adobe Acrobat Reader 8.0. - Режим доступа: http://artlib.osu.ru/web/books/metod_all/193838_20230706.pdf.

2. Катаев, А. В. Digital-маркетинг : учебное пособие : [16+] / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2020. – 163 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598669 (дата обращения: 10.03.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-3437-1. – Текст : электронный.

3. Кульпин, С. В. Структура и содержание интернет-маркетинга : учебное пособие / С. В. Кульпин ; под ред. Е. В. Попова ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. –

Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2020. – 103 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699056 (дата обращения: 10.03.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7996-3027-0. – Текст : электронный

5.3 Периодические издания

Маркетинг в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024.

Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024.

Реклама. Теория и практика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019.

5.4 Интернет-ресурсы

http://www.marketolog.ru – журнал «Маркетолог»
http://marketing.web-3.ru – тематический портал о маркетинге
http://obs.ru – портал «Открытая школа бизнеса»
http://www.advmarket.ru – электронный журнал по маркетингу «Advmarket»
http://www.sostav.ru – сайт о рекламе, маркетинге и PR
http://www.advertology.ru – информационно-аналитический портал о рекламе, маркетинге, PR
https://azconsult.ru/blog/ - все о маркетинге для малого бизнеса и фрилансеров

«Цифровой маркетинг и социальные сети» [Электронный ресурс]: онлайн-курс на платформе https://openedu.ru/ - «Открытое образование» / Разработчик курса: ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», режим доступа: https://openedu.ru/course/spbstu/DIGMARK/

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1 Операционная система РЕД ОС

2 Пакет офисных приложений LibreOffice

3 Веб-браузер Яндекс https://yandex.ru/

4 Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition

5 Система автоматизированной проверки текстов на наличие заимствований «Антиплагиат. Структура 4.0». - Режим доступа: https://osu.antiplagiat.ru/

6 Автоматизированная интерактивная система сетевого тестирования (АИССТ) (регистрационный номер в РОСПАТЕНТ №2011610456). - Режим доступа: https://osu.aistt.ru/

7 Интернет маркетинг [Электронный ресурс] : электронный курс в системе Moodle / Н.В. Лужнова, Оренб. гос. ун-т. – Электрон. Дан. – Оренбург: ОГУ, 2025. – Режим доступа: Электронные курсы ОГУ в системе обучения moodle. - https://moodle.osu.ru/course/view.php?id=2068

8 Университетская платформа для сопровождения процедуры проведения экзаменационных испытаний с использованием дистанционных образовательных технологий. – Режим доступа: https://exam.osu.ru/

9 Платформа для проведения онлайн мероприятий и видеоконференций «DION» (Конфигурация «DION EDU»)

10 Профессиональная база данных, Национальный рейтинг креативности рекламно-коммуникационных организаций России, Национальный рейтинг эффективности коммуникационных агентств, Национальный рейтинг эффективности медиаагентств, Национальный рейтинг ивент-услуг, Национальный рейтинг диджитал нон-медиа услуг, Рейтинг медиаагентсв АКАР/Sostav. - Режим доступа: https://www.akarussia.ru/node/9307

11 ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2025]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe

12 КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2025]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\!CONSULT\cons.exe

13 http://edu.garant.ru/garant/study/ - Интернет-версия ГАРАНТ-Образование, Система ГАРАНТ для студентов, аспирантов и преподавателей

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.