

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе  
д.юр.н., доц. Васильева Н.В.



26.06.2023г.

**Рабочая программа дисциплины**  
**Б1.О.36. Интернет-маркетинг**

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент  
Направленность (профиль): Менеджмент и бизнес-технологии  
Квалификация выпускника: бакалавр  
Форма обучения: очно-заочная

|  |     |
|--|-----|
| Курс   | 4   |
| Семестр  | 42  |
| Лекции (час)   | 36  |
| Практические (сем, лаб.) занятия (час)                                 | 0   |
| Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час) | 72  |
| Курсовая работа (час)  |     |
| Всего часов  | 108 |
| Зачет (семестр)  | 42  |
| Экзамен (семестр)  |     |

Иркутск 2023

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.03.02  
Менеджмент.

Автор К.А. Татаринов

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры  
менеджмента и сервиса

Заведующий кафедрой О.Н. Баева

## 1. Цели изучения дисциплины

Учебная дисциплина «Интернет-маркетинг» позволяет дать будущим специалистам теоретические знания и сформировать у них практические умения и навыки применения информационных технологий для решения задач маркетинга и управления в экономических системах.

Основными целями изучения учебной дисциплины являются:

- формирование понятий современных концепций маркетинга;
- изучение тенденций развития сети «Интернет», сопутствующих технологий;
- изучение возможностей сети «Интернет» по хранению, передаче и обработке информации;
- изучение условий ведения маркетинговой деятельности в сети «Интернет»;
- изучение основ осуществления маркетинговых исследований при помощи средств сети «Интернет»;
- изучение основных особенностей использования сети «Интернет» для продвижения товаров и услуг;
- изучение возможностей сети «Интернет» по установлению контактов с потребителями и контрагентами;
- рассмотрение подходов к осуществлению сбытовой деятельности при помощи средств сети «Интернет»;
- обзор возможностей использования веб-сайтов для реализации маркетинговых задач предприятия;
- выработка практических навыков по осуществлению маркетинговых задач в сети «Интернет».

К задачам изучения дисциплины относятся:

- выработка системы специальных знаний в области использования сети «Интернет» для решения задач маркетинга;
- формирование у студентов практических навыков в области маркетинговых исследований в сети «Интернет»;
- формирование представления о задачах и современных методах организации сбыта в сети «Интернет»;
- формирование представления о задачах и современных методах организации продвижения продукции предприятия, самого предприятия в сети «Интернет»;
- овладение основами работы с веб-сайтами для решения маркетинговых задач;
- формирование навыков поиска и анализа информации средствами сети «Интернет»;
- формирование навыков поиска и анализа потенциальных потребителей и контрагентов средствами сети «Интернет».

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

### Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

| Код компетенции по ФГОС ВО | Компетенция   |
|----------------------------|---|
| ОПК-4                      | Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций |

|                            |             |
|----------------------------|-------------|
| Код компетенции по ФГОС ВО | Компетенция |
|                            |             |

### Структура компетенции

| Компетенция   | Формируемые ЗУНы  |
|---|---|
| ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций | З. Знать подходы к оценке рыночных возможностей и разработке бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций<br>У. Уметь выявлять и оценивать новые рыночные возможности и использовать их при разработке бизнес-планов<br>Н. Владеть навыками разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций |

### 3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Обязательная часть.

Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Маркетинг услуг"

### 4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. ед., 108 часов.

| Вид учебной работы   | Количество часов |
|--|------------------|
| Контактная(аудиторная) работа                                    |                  |
| Лекции   | 36               |
| Практические (сем, лаб.) занятия                                 | 0                |
| Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам | 72               |
| Всего часов  | 108              |

### 5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

#### 5.1. Содержание разделов дисциплины

| № п/п | Раздел и тема дисциплины                              | Семестр | Лекции | Семинар<br>Лаборат.<br>Практич. | Самостоят.<br>раб. | В интерактивной<br>форме | Формы текущего контроля успеваемости      |
|-------|---|---------|--------|---------------------------------|--------------------|--------------------------|---|
| 1     | Введение в интернет-маркетинг и его роль для компании | 42      | 2      | 0                               | 4                  |                          | 01. Основы рекламной кампании в Вконтакте |
| 2     | Разработка стратегии                                  | 42      | 2      | 0                               | 4                  |                          | 02. Пиксель                               |

| № п/п | Раздел и тема дисциплины                                     | Семестр | Лекции | Семинар<br>Лаборат.<br>Практич. | Самостоят. раб. | В интерактивной форме | Формы текущего контроля успеваемости           |
|-------|--|---------|--------|---------------------------------|-----------------|-----------------------|--|
|       | интернет-маркетинга  |         |        |                                 |                 |                       |  |
| 3     | Аналитический этап разработки стратегии интернет-маркетинга  | 42      | 2      | 0                               | 4               |                       | 03. Лукэлайк                                   |
| 4     | Поисковый маркетинг – канал органического трафика на сайт    | 42      | 2      | 0                               | 4               |                       | 04. Рекламные объявления на разные цели        |
| 5     | Создание и оптимизация сайта                                 | 42      | 2      | 0                               | 4               |                       | 05. Рекламные объявления на мессенджеры        |
| 6     | Управление проектами в интернет-маркетинге                   | 42      | 2      | 0                               | 4               |                       | 06. Разработка стратегии лидогенерации         |
| 7     | Основные принципы работы с аудиторией сайта                  | 42      | 2      | 0                               | 4               |                       | 07. Статья с высокой стоимостью создания       |
| 8     | Контекстная реклама для быстрых продаж                       | 42      | 2      | 0                               | 4               |                       | 08. Продающее объявление на Авито и Юла        |
| 9     | Баннерная реклама  | 42      | 2      | 0                               | 4               |                       | 09. E-mail-маркетинг                           |
| 10    | CPA-сети и партнерские программы                             | 42      | 2      | 0                               | 4               |                       | 10. Продающий аккаунт                          |
| 11    | E-mail маркетинг   | 42      | 2      | 0                               | 4               |                       | 11. Контекстная реклама для быстрых продаж     |
| 12    | Social media marketing и таргетированная реклама             | 42      | 2      | 0                               | 4               |                       | 12. CPA-сети и партнерские программы           |
| 13    | Оптимизация для социальных сетей (Social Media Optimization) | 42      | 2      | 0                               | 4               |                       | 13. Нейросети                                  |
| 14    | Контент-маркетинг  | 42      | 2      | 0                               | 4               |                       | 14. Оптимизация для социальных сетей           |
| 15    | Проведение маркетинговых исследований в сети                 | 42      | 2      | 0                               | 4               |                       | 15. Контент-маркетинг                          |
| 16    | Возможности использования сети в качестве канала продвижения | 42      | 2      | 0                               | 4               |                       | 16. Презентации и дудл-видео                   |
| 17    | Тренды интернет-маркетинга                                   | 42      | 2      | 0                               | 4               |                       | 17. Онлайн графические редакторы. 18. Создание |

| № п/п | Раздел и тема дисциплины | Семестр | Лекции | Семинар<br>Лаборат.<br>Практич. | Самостоят.<br>раб. | В интерактивной<br>форме | Формы текущего<br>контроля<br>успеваемости |
|-------|--------------------------|---------|--------|---------------------------------|--------------------|--------------------------|--|
|       |                          |         |        |                                 |                    |                          | креативов. 19.<br>Парсинг. 20. Гайд        |
| 18    | Цифровая аналитика       | 42      | 2      | 0                               | 4                  |                          |  |
|       | ИТОГО                    |         | 36     |                                 | 72                 |                          |  |

## 5.2. Лекционные занятия, их содержание

| № п/п | Наименование разделов и тем                                 | Содержание  |
|-------|---|---|
| 01    | Введение в интернет-маркетинг и его роль для компании       | Роль и место интернет-маркетинга в общей маркетинговой политики компании. Стратегия системного интернет-маркетинга и алгоритм ее разработки. Бизнес-цели и задачи компании. Позиционирование компании. Уникальное торговое предложение продуктов/услуг.   |
| 02    | Разработка стратегии интернет-маркетинга                    | Этапы построения системы маркетинга на основе сайта организации. Необходимые интернет-сервисы для создания сайта. Лидогенерация как направление в интернет-маркетинге. Виды лидов и способы оплаты. Источники лидов. Разработка посадочных страниц и модели возвращивания лидов на разных типах площадок. Особенности работы партнерских программ. Методика повышения качества лидов. |
| 03    | Аналитический этап разработки стратегии интернет-маркетинга | Клиентский путь. Бизнес-модель компании (модель Остервалдера). Маркетинговые стратегии. Целевая аудитория ее сегментация. Метод персонажей. Потребности целевой аудитории и способы их выявления. Конкурентный анализ. Выбор конкурентов. Методы конкурентного анализа. Сервисы для анализа.  |
| 04    | Поисковый маркетинг – канал органического трафика на сайт   | Поисковый маркетинг. Роли поискового маркетинга. Факторы ранжирования поисковых систем. Бан и санкции Яндекса и Google. Поисковый и технический аудиты.   |
| 05    | Создание и оптимизация сайта                                | Планирование Web-сайта. Реализация Web-сайта. Привлечение пользователей на Web-сайт. Подведение итогов на основе сравнения полученных результатов с запланированными по установленным ранее критериям. Основные понятия SEO. Алгоритмы работы поисковых систем. Разработка SEO сайта. Семантическое ядро сайта. Внутренняя оптимизация.   |
| 06    | Управление проектами в интернет-маркетинге                  | Этапы разработки проектов в интернете. Особенности выбора поставщиков. Виды систем управления сайтом. Usability тестирование. Варианты хостинга. Разработка прототипов корпоративного сайта. Создание диаграмм поведения пользователей в сети.  |
| 07    | Основные принципы работы с аудиторией сайта                 | Структура российской и международной аудитории Интернета. Основные принципы работы с аудиторией сайта. Классификация потребителей по отношению к интернет-проекту.  |
| 08    | Контекстная реклама для быстрых продаж                      | Контекстная реклама. Задачи контекстной рекламы. Основные понятия. Системы контекстной рекламы Яндекс.Директ и Google Adwords. Стратегии показа рекламных объявлений.   |

| № п/п | Наименование разделов и тем                                  | Содержание   |
|-------|--|--|
|       |  | Правила создания рекламных объявлений.   |
| 09    | Баннерная реклама  | Медийная реклама, основные понятия. Виды рекламных баннеров. Технические требования к баннерам. Развитие медийной рекламы. Технология RTB. Технологии ремаркетинга.  |
| 10    | CРА-сети и партнерские программы                             | Основные модели атрибуции заказов. Виды CРА сетей. Основные понятия и правила. Основные виды трафика в CРА сетях. Стратегии управления источниками трафика в CРА-сетях. Управление контекстной рекламой в CРА-сетях.   |
| 11    | E-mail маркетинг   | Типы e-mail рассылок. Основные термины. Схемы e-mail рассылок и сервисы для их ведения. Правильно структура письма для рассылки. Правила повышения конверсионности письма.   |
| 12    | Social media marketing и таргетированная реклама             | Маркетинг в социальных сетях. Основные задачи и преимущества SMM. Рекламные возможности Twitter. Рекламные возможности Vkontakte. Таргетированная реклама. Рекламные возможности Facebook. Таргетированная реклама. SMM: работа с лидерами мнений.   |
| 13    | Оптимизация для социальных сетей (Social Media Optimization) | PR в Интернете. Методы создания виртуального сообщества интернет-проекта. История возникновения и сущность SMO. Самооптимизация. Закладки (букмаркинг). Правила создания контента – стимуляция внимания, стимуляция общения. Низкобюджетный PR. Коммуникационные, информационные и коммерческие методы создания виртуального сообщества интернет-проекта для решения проблемы удержания посетителей.   |
| 14    | Контент-маркетинг  | Нативная реклама. Типы контента и каналы распространения. Копирайтинг. Простые приемы написания эффективных рекламных текстов.   |
| 15    | Проведение маркетинговых исследований в сети                 | Возможности Интернета для проведения исследований. Количественные методы исследований. Онлайн-опрос – новый шаг в технологии социологических и маркетинговых исследований. Качественные методы исследований: фокус-группа в режиме онлайн (тип чата), продленная онлайн-дискуссия, глубинное интервью. Организация самостоятельных исследований: наблюдения за посетителями сервера, системы распознавания посетителей, опросы в режиме прямого доступа, опросы по электронной почте. Маркетинговые исследования товара. Исследование выпускаемых марок товаров. Измерение отношения потребителей к определенной марке товара. Изучение мнений потребителей о товарах. Определение степени лояльности к определенному товару. Планирование нового товара и изучение реакции на выведение нового товара на рынок. Факторы успеха нового продукта. |
| 16    | Возможности использования сети в качестве канала продвижения | Принципы создания бренда в сети «Интернет» (интернет-бренд). Характерные различия между традиционным брендом и интернет-брендом. Факторы, влияющие на формирование бренда. Сегментация интернет-брендов. Значимость бренда в Интернете. Использование Интернета при формировании   |

| № п/п | Наименование разделов и тем | Содержание   |
|-------|-----------------------------|--|
|       |                             | имиджа предприятия (сайта) и PR. Эффективность использования баннеров для формирования имиджа. Инструменты PR в сети «Интернет»: новости и их рассылка, публикации, дискуссии в сети, мероприятия, средства визуальной идентичности. |
| 17    | Тренды интернет-маркетинга  | Мобильные сервисы. Ретаргетинг. Real Time Bidding.   |
| 18    | Цифровая аналитика          | Веб-аналитика. Принципы работы. Обзор систем Google Analytics и Яндекс.Метрика. Основные настройки. Сквозная аналитика.  |

### 5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

## 6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)

### 6.1. Текущий контроль

| № п/п | Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины) | Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО | (ЗУНы: (З.1...З.n, У.1...У.n, Н.1...Н.n))  | Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства) | Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)  |
|-------|---|---|--|--|--|
| 1     | 1. Введение в интернет-маркетинг и его роль для компании              | ОПК-4                                       | З.Знать подходы к оценке рыночных возможностей и разработке бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций | 01. Основы рекламной кампании в Вконтакте  | Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5) |
| 2     | 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга                           | ОПК-4                                       | У.Уметь выявлять и оценивать новые рыночные возможности и использовать их при разработке бизнес-планов                                     | 02. Пиксель  | Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение  |



| № п/п | Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины) | Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО | (ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))   | Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства) | Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)  |
|-------|---|---|---|--|--|
|       |   |   |   |  | функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5)   |
| 3     | 3. Аналитический этап разработки стратегии интернет-маркетинга        | ОПК-4                                       | Н. Владеть навыками разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций                               | 03. Лукэлайк   | Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5) |
| 4     | 4. Поисковый маркетинг – канал органического трафика на сайт          | ОПК-4                                       | З. Знать подходы к оценке рыночных возможностей и разработке бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций | 04. Рекламные объявления на разные цели  | Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5) |
| 5     | 5. Создание и оптимизация сайта                                       | ОПК-4                                       | У. Уметь выявлять и оценивать новые рыночные возможности и использовать их при разработке бизнес-планов                                     | 05. Рекламные объявления на мессенджеры  | Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3                              |

| № п/п | Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины) | Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО | (ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))  | Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства) | Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)  |
|-------|---|---|--|--|--|
|       |   |   |  |  | баллов. Всего: 5 баллов. (5)   |
| 6     | 6. Управление проектами в интернет-маркетинге                         | ОПК-4                                       | У.Уметь выявлять и оценивать новые рыночные возможности и использовать их при разработке бизнес-планов       | 06. Разработка стратегии лидогенерации   | Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5) |
| 7     | 7. Основные принципы работы с аудиторией сайта                        | ОПК-4                                       | У.Уметь выявлять и оценивать новые рыночные возможности и использовать их при разработке бизнес-планов       | 07. Статья с высокой стоимостью создания   | Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5) |
| 8     | 8. Контекстная реклама для быстрых продаж                             | ОПК-4                                       | Н.Владеть навыками разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций | 08. Продающее объявление на Авито и Юла  | Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5) |
| 9     | 9. Баннерная реклама  | ОПК-4                                       | З.Знать подходы к оценке рыночных  | 09. E-mail-маркетинг   | Критерии оценивания:   |

| №<br>п/п | Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины) | Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО | (ЗУНы:<br>(З.1...З.п,<br>У.1...У.п,<br>Н.1...Н.п)  | Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства) | Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)  |
|----------|---|---|--|--|--|
|          |   |   | возможностей и разработке бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций     |  | точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5)                      |
| 10       | 10. СРА-сети и партнерские программы                                  | ОПК-4                                       | У.Уметь выявлять и оценивать новые рыночные возможности и использовать их при разработке бизнес-планов       | 10. Продающий аккаунт  | Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5) |
| 11       | 11. E-mail маркетинг  | ОПК-4                                       | Н.Владеть навыками разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций | 11. Контекстная реклама для быстрых продаж   | Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5) |
| 12       | 12. Social media marketing и таргетированная реклама                  | ОПК-4                                       | З.Знать подходы к оценке рыночных возможностей и разработке бизнес-планов создания и развития новых          | 12. СРА-сети и партнерские программы   | Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе   |

| № п/п | Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины) | Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО | (ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))  | Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства) | Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)  |
|-------|---|---|--|--|--|
|       |   |   | направлений деятельности и организаций   |  | ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5)  |
| 13    | 13. Оптимизация для социальных сетей (Social Media Optimization)      | ОПК-4                                       | З.Знать подходы к оценке рыночных возможностей и разработке бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций | 13. Нейросети  | Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5) |
| 14    | 14. Контент-маркетинг   | ОПК-4                                       | У.Уметь выявлять и оценивать новые рыночные возможности и использовать их при разработке бизнес-планов                                     | 14. Оптимизация для социальных сетей   | Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5) |
| 15    | 15. Проведение маркетинговых исследований в сети                      | ОПК-4                                       | Н.Владеть навыками разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций                               | 15. Контент-маркетинг  | Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение  |

| №<br>п/п | Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины) | Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО | (ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))   | Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства) | Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)  |
|----------|---|---|---|--|--|
|          |   |   |   |  | функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5)   |
| 16       | 16. Возможности использования сети в качестве канала продвижения      | ОПК-4                                       | Н. Владеть навыками разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций | 16. Презентации и дудл-видео   | Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5) |
| 17       | 17. Тренды интернет-маркетинга  | ОПК-4                                       | У. Уметь выявлять и оценивать новые рыночные возможности и использовать их при разработке бизнес-планов       | 17. Онлайн графические редакторы   | Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5) |
| 18       |   | ОПК-4                                       | У. Уметь выявлять и оценивать новые рыночные возможности и использовать их при разработке бизнес-планов       | 18. Создание креативов   | Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3                              |

| № п/п | Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины) | Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО | (ЗУНы:<br>(З.1...З.п,<br>У.1...У.п,<br>Н.1...Н.п)  | Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства) | Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)  |
|-------|---|---|--|--|--|
|       |   |   |  |  | баллов. Всего: 5 баллов. (5)   |
| 19    |   | ОПК-4                                       | З.Знать подходы к оценке рыночных возможностей и разработке бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций | 19. Парсинг  | Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5) |
| 20    |   | ОПК-4                                       | З.Знать подходы к оценке рыночных возможностей и разработке бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций | 20. Гайд   | Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5) |
|       |   |   |  | <b>Итого</b>   | <b>100</b>   |

## 6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Зачет в семестре 42.

### ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: Каждый правильный ответ на вопрос теста оценивается в 4 балла.

**Компетенция: ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций**

Знание: Знать подходы к оценке рыночных возможностей и разработке бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций

1. «Всемирная паутина» и ее место в «новой экономике»
2. «Интернет экономика»: сущность, факторы, эволюция теории
3. Web-сайт как основа системы коммуникаций в Интернете
4. Базы данных в компьютерных сетях
5. Брендинг в сети Интернет
6. Защита информационных потоков
7. Методы удержания посетителей web-сайта
8. Модели получения доходов в электронной коммерции B2B
9. Мошенничества в сети Интернет
10. Навигация пользователей в Интернете
11. Организация маркетинговых исследований в сети Интернет
12. Основные направления развития методов обработки и хранения данных
13. Понятие и сущность социальной сети
14. Разработка новых товаров в сети Интернет
15. Розничная торговля в Интернете
16. Роль государства в регулировании Интернета
17. Рынок услуг, оказываемых через Интернет
18. Связи с общественностью в сети Интернет
19. Сетевые технологии для решения задач маркетинга
20. Тенденции развития информационных технологий

#### ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: 30 баллов за вопрос (10 баллов - использование профессиональной терминологии, четкость определения рассматриваемых понятий, 10 баллов - анализ опыта компаний в соответствии с поставленной задачей, 10 баллов - описание алгоритма организации групповой работы при выполнении задания, анализ возможных сложностей и формулирование предложений по их устранению..

**Компетенция: ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций**

Умение: Уметь выявлять и оценивать новые рыночные возможности и использовать их при разработке бизнес-планов

Задача № 1. Задание 1.1. Электронные платёжные системы

Задача № 2. Задание 1.2. Генерация идей интернет-бизнеса

Задача № 3. Задание 2.1. Роль поисковых систем в продвижении сайта

Задача № 4. Задание 2.2. Методы сбора первичной информации в интернете

Задача № 5. Задание 3.1. Подбор семантического ядра

Задача № 6. Задание 3.2. Повышение коэффициента кликабельности сайта

#### ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: 30 баллов за выполнение задания (использование профессиональной терминологии – 10 баллов, четкость определения проблемы – 10 баллов, выбор адекватных средств воздействия - 10 баллов).

**Компетенция: ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций**

Навык: Владеть навыками разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Задание № 1. Кейс 1.1. Как это работает

Задание № 2. Кейс 1.2. Профессия интернет-маркетолог

Задание № 3. Кейс 2.1. Реклама в Яндекс-Директ

Задание № 4. Кейс 2.2. Секреты продвижения интернет-магазина

Задание № 5. Кейс 3.1. Арбитраж трафика

Задание № 6. Кейс 3.2. E-mail рассылка

### ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования  
Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
**«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»**  
(ФГБОУ ВО «БГУ»)

Направление - 38.03.02 Менеджмент  
Профиль - Менеджмент и бизнес-  
технологии  
Кафедра менеджмента и сервиса  
Дисциплина - Интернет-маркетинг

### БИЛЕТ № 1

1. Тест (40 баллов).

2. Задание 1.2. Генерация идей интернет-бизнеса (30 баллов).

3. Кейс 2.1. Реклама в Яндекс-Директ (30 баллов).

Составитель \_\_\_\_\_ К.А. Татаринов

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ О.Н. Баева

### 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

#### а) основная литература:

1. Холмогоров В. Интернет-маркетинг. краткий курс. 2-е изд./ В. Холмогоров.- СПб.: Питер, 2002.-271 с.

2. Черепанов К. А., Вихорева М. В. Интернет-маркетинг как инструмент привлечения инвестиций. Электронный ресурс. направление Государственное и муниципальное управление. 38.04.04. магистерская диссертация/ К. А. Черепанов.- Иркутск, 2016.-86 с.

3. [Акулич, М. В. Интернет-маркетинг \[Электронный ресурс\] : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 352 с. — 978-5-394-02474-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60599.html>](http://www.iprbookshop.ru/60599.html)

#### б) дополнительная литература:

1. Ветитнев А. М. Александр Михайлович, Ашкинадзе Я. А. Яков Александрович Интернет-маркетинг санаторно-курортных услуг. учеб. пособие. рек. Сочинским гос. ун-том туризма и курортного дела/ А. М. Ветитнев, Я. А. Ашкинадзе.- М.: Финансы и статистика, 2007.-160 с.



2. Бриллиантова А. Алена Стань интернет-миллионером!/ Алёна Бриллиантова.- М.: NT Press, 2007.-286 с.
3. Осин А. В. Учебно-методический комплекс по дисциплине "Интернет-маркетинг". программа и методические указания по изучению курса. (очное обучение, обучение в сокращенные сроки). специальность 080111 Маркетинг/ сост. А. В. Осин.- Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2009.-20 с.
4. Вебер Л., Weber K. L., Лалаян Е. Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети. блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети. Marketing to the Social Web. How Digital Customer Communities Build Your Business. 2-е изд./ Ларри Вебер.- М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011.-310 с.
5. [Стефанова И.А. Обработка данных и моделирование в математических пакетах \[Электронный ресурс\] : учебно-методическое пособие по дисциплине «Информатика» / И.А. Стефанова. — Электрон. текстовые данные. — Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2016. — 44 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/73834.html>](http://www.iprbookshop.ru/73834.html)

#### **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы**

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: <http://bgu.ru/>, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет
- Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников", адрес доступа: <http://www.grebennikov.ru/>. доступ с компьютеров сети БГУ (по IP-адресам)
- Электронно-библиотечная система IPRbooks, адрес доступа: <https://www.iprbookshop.ru>. доступ неограниченный

#### **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании. Для успешного освоения курса обучающиеся должны иметь первоначальные знания в области маркетинга.

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данной дисциплине, раскрывает ее практическое значение. В ходе лекций студенту необходимо вести конспект, фиксируя основные понятия и проблемные вопросы.

Семинарские занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на семинарское занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- прием и разбор домашних заданий;

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);

- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;
- подготовка к семинарам работам;
- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплин и др.

#### **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения**

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

- Adobe Acrobat Reader\_11,
- MS Office,

#### **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):**

В учебном процессе используется следующее оборудование:

- Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
- Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения