

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 05.07.2023 08:54:12

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b4f1de8ae0d

# САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

## Программа подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации

### Центр подготовки управленческих кадров

УТВЕРЖДЕНО

Директор Центра подготовки  
управленческих кадров  
к.э.н., доцент О.В. Баканач

подпись

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

<b>Наименование дисциплины</b>	<u>МАРКЕТИНГ В ИНТЕРНЕТЕ</u>
<i>Программы профессиональной переподготовки</i>	Маркетинг
<i>Тип программы</i>	Проектно-ориентированная программа (тип А - advanced)
<i>Направление подготовки (в рамках Государственного плана)</i>	Маркетинг

## Содержание

1. Цели и задачи дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОП
3. Перечень тем и их содержание
4. Методические указания по освоению дисциплины
5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
6. Порядок и условия прохождения промежуточной и итоговой аттестации

### 1. Цели и задачи дисциплины.

**Цель дисциплины.** Дисциплина Маркетинг в интернете предусматривает подготовку в области современных способов продвижения в Интернете, овладение инструментами маркетинга, используемые в настоящее время в России и за рубежом с целью продвижения компании, ее продуктов и услуг в онлайн среде.

#### Задачи дисциплины:

- понимание основных составляющих комплекса маркетинга в сети Интернет;
- теоретическое вопросов разработки маркетинговой стратегии, планирования и контроля в сети Интернет;
- приобретение практических навыков ведения рекламной кампании в сети Интернет.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП.

Дисциплина Маркетинг в интернете входит в Раздел 2 «Функциональная подготовка» структуры проектно-ориентированной программы.

#### Междисциплинарные связи

№ п/п	Наименование дисциплин	№№ тем данной дисциплины	
		1	2
1	Введение в маркетинг	+	
2	Политика продвижения	+	+
3	Финансовый менеджмент	+	+

### 3. Перечень тем и их содержание.

**3.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:** Тематический план дисциплины Маркетинг в интернете представлен в таблице.

#### Разделы, темы дисциплины и виды занятий

Темы	Аудиторные занятия		Электронное обучение	Общая трудоемкость без прочей самостоятельной работы
	очные	дистанционные		
<u>Тема 1.</u> Электронная коммерция	3	-	1	4
<u>Тема 2.</u> Интернет-маркетинг	3	-	1	4
<b>Итого</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>8</b>

### 3.2. Содержание разделов и тем.

#### Тема 1. Электронная коммерция.

Глобальная коммуникационная инфраструктура. Сегменты электронного бизнеса. Детерминанты эффективности электронного бизнеса – бизнес-модель, среда, технологические изменения. Компоненты бизнес-модели электронного бизнеса – сегмент, предлагаемая потребительская ценность, источники дохода, ценообразование, коммерческая стратегия, сфера деятельности, связанные виды деятельности. Роль маркетинга в построении эффективной бизнес-модели.

#### Тема 2. Интернет-маркетинг.

Трансформация коммуникативной модели «один ко многим» в модель «многие ко многим», принцип интерактивности. «PUSH» и «PULL» модели инициации коммуникативного процесса в Интернет. Построение системы маркетинга фирмы на основе использования web-сервера. Основные средства маркетинговых коммуникаций в Интернет: реклама; формирование общественного мнения; персональные продажи; стимулирование сбыта. Основные принципы и технологии Интернет-рекламы. Рекламные носители в Интернете.

### 4. Методические указания по освоению дисциплины

#### 4.1 Контактная работа

Контактная работа осуществляется с использованием *активных методов обучения*, позволяющих специалистам совершенствовать умения и навыки, компетенции, приобретать опыт управленческой работы. Могут включать в себя: тренинги, метод кейс-стади, практические семинары, игровые имитации (бизнес-симуляции), мастер-классы, экспертные консультации, социальное обучение, обучение действием, дискуссии, дебаты, мозговой штурм, митап.

#### 4.2 Дистанционные образовательные технологии

Использование дистанционных образовательных технологий допускается на образовательных программах в двух видах:

– *синхронного электронного обучения*, к которому относятся форматы электронного обучения, когда все участники обучения взаимодействуют друг с другом и с преподавателем в реальном времени, в одно и то же время. Примерами являются: вебинар, видеоконференция, видеоконсультация и обратная связь онлайн, чат-румы, общение по Skype, виртуальные классы (live virtual), работа в виртуальных коллаборативных пространствах и любые иные форматы, в которых участники находятся онлайн и взаимодействуют одновременно;

– *асинхронного электронного обучения*, к которому относятся форматы электронного обучения, когда участники обучения используют электронные ресурсы для приобретения информации, выполнения заданий, выдвижения идей, обмена идеями и информацией, а также для иных форм взаимодействия без наличия ограничений по времени и месту, и зависимости от вовлеченности других участников обучения и преподавателя в обучение в то же самое время.

#### 4.3 Самостоятельная работа

Самостоятельная работа включает работу с тестирующими системами, с информационными базами данных сети Интернет, цифровыми платформами, с научной и учебной литературой, изданной на бумажных носителях.

### 5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.

#### 5.1 Перечень литературы.

1. Воронюк А. Полищук А. Актуальный интернет-маркетинг/ А. Воронюк. А. Полищук — К.: «Агентство «ИPIO», 2018.
2. Дэн Кеннеди, Ким Уэлш-Филлипс. [«Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум»](#)/ Дэн Кеннеди, Ким Уэлш-Филлипс.- Изд.: Альпина Диджитал . 2017..
3. Смирнов, А. Лидовое побоище. Маркетинговые инструменты для продвижения бизнеса в Интернете / А. Смирнов, Ю. Суздаль. - СПб.: ИГ Весь, 2015..
4. Юрасов, А.В. Интернет-маркетинг / А.В. Юрасов, А.В. Иванов. - М.: Горячая линия - Телеком , 2015.
5. Яхнеева И.В. Рабочая тетрадь по дисциплине «Маркетинг в интернете» / Яхнеева И.В., – Самар. гос. экон. ун-т. – Самара , 2018.

#### 5.2 Программные продукты учебного назначения и бизнес-приложения.

1. Журнале «Интернет-маркетинг». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.internet-marketing.ru/>
2. «Маркетинговая стратегия». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.sseu.ru/anonsy/priglashaem-na-master-klass>
3. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.elibrary.ru/>
4. Национальная электронная библиотека. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.nns.ru/>
5. Электронная информационно-образовательной среда СГЭУ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://lms2.sseu.ru>
6. Электронная библиотечная система «Айбукс». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ibooks.ru/>

#### 5.3. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения аудиторных занятий	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
---	---

### 6. Формы контроля и системы оценивания по дисциплине:

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими рекомендациями по организации обучения специалистов в российских образовательных организациях и разработке образовательных программ для реализации в рамках Государственного плана подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации.

<b>Вид контроля</b>	<b>Форма контроля</b>	<b>Отметить нужное знаком « +»</b>
Текущий контроль	Письменная работа (эссе)	+
	Наблюдение (в ходе выполнения учебных задач)	+
	Решение задач определенного типа	+
	Представление результатов и рекомендаций по полученным итогам деловой ситуации (кейс-стади)	+
	Тестирование (компьютерное тестирование)	+
	Кейс (задание на анализ практической ситуации)	+
Промежуточный контроль	Дифференцированный зачет*	+

\* Дифференцированный зачет – это зачет с оценкой, форма контроля, которая предусматривает оценивание усвоения обучающего материала по определенной учебной дисциплине в основном на основании результатов выполненных ими индивидуальных заданий.

#### **Шкала и критерии оценки (экзамен)**

<b>Отлично</b>	<b>Хорошо</b>	<b>Удовлетворительно</b>
1. Полно раскрыто содержание вопросов индивидуального письменного задания; 2. Материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, правильно используется терминология; 3. Показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; 4. Продемонстрирована сформированность и устойчивость компетенций.	1. В изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа; 2. Допущены один - два недочета при освещении основного содержания ответа.	1. Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса. 2. Допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии; 3. При неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций.
<i>Повышенный уровень сформированности компетенций</i>		<i>Пороговый уровень</i>

Разработчики:

Д-р.экон.наук, профессор

Яхнеева И.В.

ФИО