


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

**УТВЕРЖДЕНО**  
 решением Ученого совета факультета  
 от 15 июня 2021 г., протокол № 14/231  
 Председатель /Ившина Т.А./  
 (подпись, расшифровка подписи)  
 «15» июня 2021 г.



### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Продвижение в сети Интернет
Факультет	ФКИ
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	3

Направление (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Профиль: реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

(код направления (специальности), полное наименование)

Форма обучения: очная, заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: «\_1\_» сентября\_2021 г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Андреева Ю.В.	СОРИК	к.п.н.

<b>СОГЛАСОВАНО</b>
Заведующий выпускающей кафедрой
(  А.К. Магомедов_/
Подпись <span style="float: right;">ФИО</span>
«15» июня 2021 г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Целью освоения дисциплины** является формирование у студентов прочных знаний в области применения возможностей интернет технологий в продвижении на рынок предприятия, а также практического применения знаний, полученных в курсе маркетинга, приобретение студентами умений и навыков, необходимых для успешной деятельности в качестве специалистов-маркетологов на предприятиях любой формы собственности.

### **Задачи освоения дисциплины:**

- понимание основных составляющих комплекса маркетинга в сети Интернет
- изучение инструментов и форматов продвижения в сети Интернет;
- анализ основных рекламных интернет-площадок;
- изучение существующих методов реализации рекламных и PR-интернет-проектов;
- освоение этапов разработки маркетинговой стратегии, планирования и контроля в сети Интернет.

В результате освоения дисциплины студент должен знать теоретические основы интернет-маркетинга, уметь: использовать инструменты маркетинга в Интернет и применять их при проведении рекламных, PR и BTL кампаний, проводить анализ эффективности различных инструментов интернет-маркетинга и разрабатывать рекомендации по их совершенствованию, владеть навыками по оценке эффективности как акций интернет-маркетинга так и традиционных акций и кампаний при помощи интернет-инструментов, навыками разработки стратегии интернет-маркетинга и выбора канала цифровых коммуникаций для выполнения задач маркетинговой стратегии.


## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Продвижение в сети Интернет» относится к факультативной части дисциплин учебного плана. Она изучается в 6 семестре.

**Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:** К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования сети Интернет, основные аспекты работы специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью, основные аспекты маркетинга и менеджмента (предшествующие дисциплины «Информатика», «Инфографика и визуализация коммуникационного продукта», «Планирование рекламных кампаний», «Планирование PR-кампаний»).

### **Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:**


В содержательном плане и в логической последовательности изучения дисциплин она является основанием для последующего изучения дисциплин: «Организация рекламных и PR-мероприятий», «Компьютерная графика и дизайн в рекламе», «Конструирование рекламы», «Работа с рекламными и PR-текстами», «Основы интегрированных коммуникаций», «Продвижение СМИ», «Основы брендинга», «Цифровой маркетинг», «Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов», «Интернациональная и национальная реклама», «Стимулирование сбыта», «Технологии производства рекламного продукта»

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

### 3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ:

Перечень формируемых компетенций в процессе освоения материала по дисциплине в соответствии с ФГОС ВО:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК4 Способен организовывать и осуществлять работу по созданию и редактированию контента	<p>Знать: - историю развития и современное состояние СМИ; особенности функционирования периодической печати, радио и телевидения. - характеристику функциональных стилей речи; - особенности информационной речи, эпидейктической речи, убеждающей речи, призывающей и рекламной речи</p> <p>Уметь: - составлять тексты разных стилей, в том числе PR-тексты. - редактировать тексты рекламы и связей с общественностью; - использовать богатство и выразительность речи при составлении рекламных текстов;</p> <p>Владеть: - навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах; приемами связи специалиста PR со СМИ. - навыками копирайтинга; - нормами русского литературного языка.</p>
ОПК6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	<p>Знать: - виды, формы массовой коммуникации, структуру и функции СМК и СМИ, информационно-коммуникационные технологии в сфере массовой коммуникации, законы и этические стандарты регулирования взаимоотношений СМИ и общества, требования к информационной безопасности; - основные теоретические понятия сферы маркетинговых исследований;</p> <p>Уметь: - выполнять аналитические и организационные работы с применением информационно-коммуникационных технологий, собирать и систематизировать социальную информацию по массовой коммуникации; - ориентироваться в содержании этапов процесса маркетинговых исследований, грамотно формулировать цели и задачи маркетинговых исследований, разрабатывать план маркетинговых исследований; разрабатывать анкеты для опроса респондентов, проектировать формы для сбора данных; выбирать методы маркетинговых исследований, определять объем выборки;</p>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		


	<p><b>Владеть:</b> методами информационно-коммуникационных технологий для решения профессиональных задач; - навыками проведения маркетинговых исследований.</p>
<p>ПК 2 - Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий по продвижению продуктов</p>	<p><b>Знать:</b> - основные правила планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; - виды и особенности планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламной работы и деятельности по связям с общественностью; - основные понятия, используемые в теории и практике рекламы и PR в интернете;</p> <p><b>Уметь:</b> - участвовать в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; - выполнять профессиональные функции планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий, с учетом знания их особенностей, в области рекламы и связей с общественностью; - анализировать количественно/качественный состав интернет-аудиторий;</p> <p><b>Владеть:</b> - навыками планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; - тремя составляющими интерактивного PR Web-PR, Net-PR и Online-PR.</p>

#### 4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 2

по видам учебной работы (в часах) 2 часа

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения очная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		7	4	5
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	36	36		
Аудиторные занятия:	36	36		
Лекции				
семинарские и практические занятия	36	36		
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	36	36		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Практические задания		
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	зачет	зачет		
Всего часов по дисциплине	72	72		

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		


\* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения заочная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		7	4	5
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	8	8		
Аудиторные занятия:	8	8		
Лекции				
семинарские и практические занятия	8	8		
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	60	60		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Практические задания		
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Зачет (4)	Зачет (4)		
Всего часов по дисциплине	72	72		

\* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения

**Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:**  
Форма обучения \_\_\_ очная \_\_\_


Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний	
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа		
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы				
1	2	3	4	5	6	7		
Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга	8		4				4	Устный опрос
Тема 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга	8		4				4	Устный опрос

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Тема 3. E-mail маркетинг	8		4			4	Подготовка презентаций
Тема 4. Создание и оптимизация сайта	12		6			6	Подготовка презентаций
Тема 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа	12		6			6	Подготовка презентаций
Тема 6. Управление проектами в интернет-маркетинге	8		4			4	Подготовка отчёта
Тема 7. Интернет-реклама	8		4			4	Подготовка презентаций
Тема 8. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний	8		4			4	Контрольная работа
Итого	72		36			36	

Форма обучения \_\_\_ очная \_\_\_

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний	
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа		
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы				
1	2	3	4	5	6	7		
Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга	9		1				8	Устный опрос
Тема 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга	9		1				8	Устный опрос
Тема 3. E-mail	7		1				6	Подготов

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

маркетинг							ка презентаций
Тема 4. Создание и оптимизация сайта	7		1			6	Подготовка презентаций
Тема 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа	9		1			8	Подготовка презентаций
Тема 6. Управление проектами в интернет-маркетинге	9		1			8	Подготовка отчёта
Тема 7. Интернет-реклама	9		1			8	Подготовка презентации
Тема 8. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний	9		1			8	Контрольная работа
Итого	72		8			60	

**68+4 (ЗАЧЕТ) = 72 Ч.**

## 5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

### Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга.


Сущность и история развития интернет. Особенности маркетинга в интернет. Интернет как новая информационная среда. Функциональное назначение и ресурсы Интернет. Электронный бизнес и электронная коммерция. Виртуальное маркетинговое пространство и технологии Интернет в маркетинге. Сайт организации как инструмент маркетинга.

Практическое занятие. Вопросы для обсуждения:

1. Сервисы и ресурсы Интернет.
2. Сущность и инструменты Интернет-маркетинга.
3. Требования к интернет-маркетологу.
4. Развитие Интернет-маркетинга в России. Портреты интернет-аудиторий.
5. Специфика функций маркетинга в Интернет.

### Тема 2. 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 взращивания лидов на разных типах площадок. Особенности работы

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

партнерских программ. Методика повышения качества лидов.

Практическое задание 1:

1. Разработать стратегию лидогенерации
2. Определить критерии квалификации лида
3. Сформировать воронку продаж
4. Выбрать методы лидогенерации.

### **Тема 3. E-mail маркетинг.**

Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем  
Тренды современного E-mail маркетинга. Стратегия сегментации. Экономическая эффективность массовых рассылок. Получатели спам рассылок и их списки Способы получения спам листа.

Практическое занятие. Задание 2.

1. Зарегистрироваться в системе Wix.com
2. Разработать контент для серии писем по продвижению товара или услуги.
3. Организовать рассылку.

### **Тема 4. 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-friendly сайта. Семантическое ядро сайта. Внутренняя оптимизация.

Практическое занятие. Задание 3: Создание одностраничного сайта на Wix.ru

- зарегистрироваться на сайте Wix.ru выбрать шаблон лэндинга;
- создать контент;
- опубликовать сайт.

### **Тема 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа.**

Виды социальных сетей и блог-платформ. Задачи, решаемые с помощью работы в социальных сетях. Особенности взаимодействия с аудиторией в социальных сетях. Обзор инструментов отслеживания упоминаний о брендах и тональности мнений. Принципы работы инструментов и аналитика.

Практическое занятие. Задание 4:

1. Создать группу в соц.сети VK.com
2. Сформировать контент
3. Обновлять содержание группы, увеличивая число подписчиков
4. Оценить эффективность продвижения группы в соцсети.


### **Тема 6. 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.

Практическое задание 5: Описать один отечественный или зарубежный электронный магазин. В описании раскрыть следующие вопросы:

- Адрес магазина в Интернет, наименование, в каком городе расположен, ассортимент;
- Как устроена витрина магазина
- Тематическая организация каталогов товара
- Система навигации по сайту



Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

- Отбор товаров в пользовательскую корзину
- Оформление заказа
- Оплата заказа.

### **Тема 7. Интернет-реклама.**

Виды рекламных кампаний. Задачи и критерии достижения результата: продающая рекламная кампания, информационная и имиджевая. Западная модель типов рекламных кампаний. Принцип работы контекстной рекламы. Виды таргетингов. Этапы запуска контекстной рекламы. Ре-таргетинг. Медийная реклама: виды площадок. Медиабаинг. Таргетированная реклама. Поведенческие технологии.

Практическое задание 6:

1. Разработать проект баннера.
2. Создать рекламную кампанию в системах контекстной рекламы.

### **Тема 8. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний**

Задачи и возможности веб-аналитики. Обзор и сравнительный анализ инструментов веб-аналитики. Виды способов сбора данных. Настройка целей и анализ конверсий. Использование Google Analytics для анализа эффективности рекламных кампаний. Карта кликов от Яндекс.Метрики.

Практическое занятие. Практическое задание 7. Работа с Учебным руководством Google Analytics IQ на сайте <https://support.google.com>

Сформировать: отчеты по аудитории, по источникам трафика, отчет «Карта целей», отчеты по электронной коммерции.

## **6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ**

### **Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга.**

Устный опрос. Вопросы для подготовки: 1. Сущность лендинга. Виды и методы создания. 2. Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C). 3. Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки. 4. Модели поведения посетителей сайтов. 5. Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет с электронным кошельком: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька). 6. Службы Интернет и их характеристика.

### **Тема 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга.**

Устный опрос. Вопросы для подготовки:

1. Понятие и преимущества лидогенерации. Основные понятия. 2. Виды лидов 3. Лидогенерация как бизнес-процесс 4. Методы лидогенерации. 5. Маркетинговое обеспечение лидогенерации.

### **Тема 3. E-mail маркетинг.**


Подготовка презентации. Примерные вопросы и практическое задание:

1. Разработать информационное письмо для проведения научной конференции, выставки или другого событийного мероприятия. 2. Осуществить рассылку. 3. Этапы работы оформить в виде презентации в Power Point.

### **Тема 4. Создание и оптимизация сайта.**

Подготовка презентации. Примерные вопросы и практическое задание:

1. Используя платформу WordPress создать многостраничный сайт. 2. Разработать

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

семантическое ядро и контент.

### **Тема 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа.**

Подготовка презентации. Примерные вопросы и практическое задание:

1. Зарегистрироваться в одной из социальных сетей. 2. Создать сообщество. Подготовить контент. 3. Разработать стратегию продвижения группы. 4. Разработать рекламную или PR кампанию по продвижения товаров и услуг с использованием мессенджеров (WhatsApp, Viber, Facebook Messenger, Telegram, Skype, ICQ, Google Hangouts) 5. Результаты представить в виде презентации в Power Point.

### **Тема 6. Управление проектами в интернет-маркетинге.**

Подготовка отчета - практическое задание: 1. Разработать стратегию создания продающего сайта (онлайн-магазина). 2. Рассчитать плановую экономическую эффективность бизнес-идеи. 3. Результаты представить в виде отчетов в СППР Project Expert.

### **Тема 7. Интернет-реклама.**

Подготовка презентации. Примерные вопросы и практическое задание: 1. Ознакомиться с возможностями систем контекстной рекламы Яндекс.Директ и Google AdWords 2. Разработать стратегию проведения рекламной кампании в одной из систем. 3. Результаты представить в виде презентации в Power Point.

### **Тема 8. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний.**

Контрольная работа. Вопросы к контрольной работе: 1. Медийная реклама. 2. Контекстная реклама. 3. Поисковая реклама. 4. Геоконтекстная реклама. 5. Вирусная реклама. 6. Продукт-плейсмент (в онлайн-играх). 7. Реклама в блогах. 8. Интерстильная реклама. 9. Этапы работы над контекстной рекламной кампанией. 10. Оценка эффективности баннерной рекламы. 11. Эффективность мероприятий Интернет маркетинга.

## **7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)**


Не предусмотрено по учебному плану.

## **8. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ**


Не предусмотрено по учебному плану.

## **9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ**

№	Формулировка вопроса
1.	Е-mail маркетинг. Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем.
2.	Стратегия сегментации в Е-mail маркетинге. Экономическая эффективность массовых рассылок
3.	Тенденции современного Е-mail маркетинга.
4.	Модели поведения посетителей сайтов.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

5.	Лидогенерация как бизнес-процесс. Преимущества, основные понятия.
6.	Методы лидогенерации. Факторы успеха лидогенерации.
7.	Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет с электронным кошельком: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька).
8.	Лэндинг. Методы и факторы успеха.
9.	Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C).
10.	Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки.
11.	Понятие электронного бизнеса. Преимущества электронного бизнеса. Причины перехода в киберпространство.
12.	Создание и регистрация сайта.
13.	Разработка SEO-friendly сайта.
14.	Виды интернет-рекламы.
15.	Сервисы контекстной рекламы. Анализ эффективности контекстной рекламы.
16.	Медиапланирование в Интернет. Критерии выбора рекламных носителей
17.	Оценка эффективности рекламной кампании.
18.	SMM. Методы и стратегии.
19.	Сравнительная характеристика социальных сетей в Рунете. Особенности продвижения в социальных сетях.
20.	PR в интернет.
21.	Модели электронного бизнеса и их характеристика.
22.	Сущность и функции браузера. Сравнение популярных браузеров.
23.	Требования к Интернет-магазину. Обработка заказа. Управление магазином.
24.	Партнерский маркетинг. Партнерские программы, виды, поиск, управление
25.	SEO. Алгоритм работы поисковой системы. Основные понятия.
26.	Внутренняя оптимизация сайта.
27.	Службы Интернет и их характеристика.
28.	Спам.
29.	Интернет-магазин. Обработка заказа. Управление магазином.
30.	Развитие сферы услуг в Интернет.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

## 9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ


### Общие положения

Самостоятельная работа студентов обычно складывается из нескольких составляющих:

- работа с текстами: лекций, учебниками, дополнительной литературой, в том числе материалами Интернета;
- подготовка устных сообщений, презентаций, выполнение практических заданий;
- участие в работе семинаров;
- подготовка к зачету и пр.

Очная форма


Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы ( <i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i> )	Объем в часах	Форма контроля ( <i>проверка решения задач, реферата и др.</i> )
Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга	Подготовка к семинарскому занятию, подготовка к устному опросу	4	Устный опрос, сообщение
Тема 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга	Подготовка к семинарскому занятию, подготовка к устному опросу	4	Устный опрос, сообщение
Тема 3. E-mail маркетинг	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания, подготовка РР-презентации	4	Презентация
Тема 4. Создание и оптимизация сайта	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания, подготовка РР-презентации	6	Презентация
Тема 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания, подготовка РР-презентации	6	Презентация
Тема 6. Управление проектами в интернет-маркетинге	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания, подготовка отчёта	4	Отчёт
Тема 7. Интернет-реклама	Подготовка к семинарскому занятию. Выполнение практического задания, подготовка РР-презентации	4	Презентация
Тема 8. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных	Подготовка к контрольной работе	4	Контрольная работа

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

кампаний			
----------	--	--	--

#### Заочная форма

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.)	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга	Подготовка к семинарскому занятию, подготовка к устному опросу	8	Устный опрос, сообщение
Тема 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга	Подготовка к семинарскому занятию, подготовка к устному опросу	8	Устный опрос, сообщение
Тема 3. E-mail маркетинг	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания, подготовка РР-презентации	6	Презентация
Тема 4. Создание и оптимизация сайта	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания, подготовка РР-презентации	6	Презентация
Тема 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания, подготовка РР-презентации	8	Презентация
Тема 6. Управление проектами в интернет-маркетинге	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания, подготовка отчёта	8	Отчёт
Тема 7. Интернет-реклама	Подготовка к семинарскому занятию. Выполнение практического задания, подготовка РР-презентации	8	Презентация
Тема 8. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний	Подготовка к контрольной работе	8	Контрольная работа
Итого		60	

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Список рекомендуемой литературы

#### Основная литература:

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. - Москва : Дашков и К, 2016. - 352 с. - ISBN 978-5-394-02474-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394024740.html>
2. Катаев, А. В. Digital-маркетинг : учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова. - Ростов н/Д : ЮФУ, 2020. - 161 с. - ISBN 978-5-9275-3437-1. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785927534371.html>

#### Дополнительная литература


1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468966>
2. Смолина, В. А. SMM С НУЛЯ. Секреты продвижения в социальных сетях / Смолина В. А. - Москва : Инфра-Инженерия, 2019. - 252 с. - ISBN 978-5-9729-0259-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785972902590.html>
3. Бердышев, С. Н. Секреты эффективной интернет-рекламы : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 121 с. — ISBN 978-5-394-01667-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75200.html>
4. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468965>

#### Учебно-методическая литература

1. Андреева Ю. В. Продвижение в сети интернет : учебно-методические указания для студентов направления подготовки бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Ю. В. Андреева; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 217 КБ). - Текст : электронный. — URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8151>

Согласовано:

Гл. библиотекарь ООП/Шмакова И.А. /  2021

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

б) Программное обеспечение:

- Операционная система Windows;
- Пакет офисных программ Microsoft Office.

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

**1. Электронно-библиотечные системы:**

1.1. IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2021]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2021]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2021]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. – Москва, [2021]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букап. – Томск, [2021]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2021]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2021]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.8. Clinical Collection : коллекция для медицинских университетов, клиник, медицинских библиотек // EBSCOhost : [портал]. – URL: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/advanced?vid=1&sid=9f57a3e1-1191-414b-8763-e97828f9f7e1%40sessionmgr102>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

1.9. Русский язык как иностранный : электронно-образовательный ресурс для иностранных студентов : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». – Саратов, [2021]. – URL: <https://ros-edu.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

**2. КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2021].

**3. Базы данных периодических изданий:**

3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2021]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2021]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.3. «Grebennikon» : электронная библиотека / ИД Гребенников. – Москва, [2021]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

**4. Национальная электронная библиотека** : электронная библиотека : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ ; РГБ. – Москва, [2021]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

**5. SMART Imagebase** // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebco.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.

**6. Федеральные информационно-образовательные порталы:**

6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.

6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

**7. Образовательные ресурсы УлГУ:**

7.1. Электронная библиотека УлГУ : модуль АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Согласовано:


Зам. Начальника УИТиТ / Ключкова А.В.  2021г.

Должность сотрудника УИТиТ

Ф.И.О.

подпись

дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

## 12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения занятий оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории, имеется проектор и ноутбук. Вместимость аудитории не менее 20 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Помещение оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

## 13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей

Разработчик



доцент Андреева Ю.В.