

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ))



Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
высшего образования - программы бакалавриата
по направлению подготовки
09.03.03 Прикладная информатика,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Интернет-маркетинг

Направление подготовки: 09.03.03 Прикладная информатика

Направленность (профиль): Прикладная информатика в экономике и бизнесе

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде
электронного документа выгружена из единой
корпоративной информационной системы управления
университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 564169
Подписал: заведующий кафедрой Каргина Лариса Андреевна
Дата: 29.03.2023

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целями освоения учебной дисциплины (модуля) являются:

- формирование знаний и навыков у студентов в области проведения маркетинговой деятельности в сети Интернет;
- формирование у студентов навыков применения технологий реализации интернет-маркетинга, использование методов интернет-маркетинга при анализе рынка и конкурентной среды, для обеспечения стабильного роста предприятия.

Задачами освоения дисциплины является формирование у обучающихся навыков:

- применять технологии реализации интернет-маркетинга;
- исследовать рынок потребителей и на основе этих данных определять состав целевой аудитории;
- анализировать исходные данные, необходимые для проведения эффективной рекламной кампании.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

ПК-4 - Способен проводить обследование организаций, общаться с заказчиками, выявляя информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе;

ПК-5 - Способен составлять технико-экономическое обоснование проектных решений и техническое задание на разработку информационной системы.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

Знать:

- основные средства и инструменты продвижения продаж в Интернете;
- основы теории электронной торговли;
- что такое виртуальная биржа.

Уметь:

- делать выбор среди современных инструментов интернет маркетинга для реализации кратко-, средне- и долгосрочных маркетинговых задач организации;
- осуществлять сбор и анализ маркетинговой информации;

- владеть методикой маркетингового исследования.

Владеть:

- технологий реализации интернет-маркетинга;
- навыками составления технико-экономического обоснования проектных решений и технического задания на разработку информационной системы.

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 з.е. (108 академических часа(ов)).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Семестр №7
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	64	64
В том числе:		
Занятия лекционного типа	32	32
Занятия семинарского типа	32	32

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 44 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

4. Содержание дисциплины (модуля).

4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	<p>Понятие и структура интернет-маркетинга</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Понятие и структура интернет-маркетинга; -Аудитория Всемирной сети; -Российский, зарубежный Интернет; -Рынок электронной коммерции.
2	<p>Эффективный поиск информации</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Создание оптимизированного контента сайта, разработка текстов ссылок и описаний; -Повышение индекса цитирования. Использование методов спамдексинга; -Создание оптимизированного контента сайта, разработка текстов ссылок и описаний; -Повышение индекса цитирования. Использование методов спамдексинга.
3	<p>Методы продвижения в Интернете.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> -«Раскрутка» сайта; -Рейтинг, счетчик посещений.
4	<p>Размещение ссылок.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Оценка уровня конкуренции при поисковой оптимизации сайта (с использованием программы Semonitor); -Анализ коммерческого потенциала посетителя.
5	<p>Профайлинг и персонализация</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Профайлинг в интернет-рекламе. -Персонализация в интернет-рекламе.
6	<p>Баннерная реклама</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Баннерная реклама. Понятие баннерной рекламы. Технологии баннерной рекламы; -Практика использования баннерной рекламы. Достоинства и недостатки баннерного обмена.
7	<p>Особенности оценки эффективности баннерной рекламы</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Эффект выгорания баннерной рекламы; -Повышение эффективности баннерной рекламы.
8	<p>Е-mail реклама</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Е-mail реклама. Основные понятия и преимущества e-mail рекламы. -Индивидуальные письма. Списки рассылки. Дискуссионные листы. Спам; -Понятие и принципы вирусного маркетинга. Вирусный маркетинг и соблюдение прав пользователей на частную жизнь; -Спонсорские программы и другие направления использования методов вирусного маркетинга.
9	<p>Оценка эффективности E-mail рекламы</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Методы оценки эффективности E-mail рекламы; -Особенности учета результатов оценки эффективности.
10	<p>Анализ эффективности интернет-рекламы</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Анализ эффективности интернет-рекламы. Основные термины и показатели эффективности интернет-рекламы;

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	-Методы сбора информации, используемой для анализа. Критерии оценки эффективности рекламы; -Методы анализа эффективности рекламы.
11	Маркетинговые исследования в Интернете. Рассматриваемые вопросы: -Компоненты форм; -Проектирование форм. Обработка результатов.
12	Электронные платежные системы. Рассматриваемые вопросы: -Кредитная карта. Дебетовая карта. PIN; -Виртуальные банковские карты. Электронные деньги.
13	Теория электронной торговли. Рассматриваемые вопросы: -Покупка в электронном магазине. Оплата покупки; -Классификация электронных магазинов.
14	Партнёрские программы Рассматриваемые вопросы: -Партнёрские программы. Проблема возврата посетителей и создания постоянной аудитории; -Принципы, лежащие в основе организации любого виртуального сообщества.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Инструменты интернет-маркетинга В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает виды рекламы и рынка. Основы SEO
2	Основы рекламы В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает основы контекстной рекламы, медийной рекламы, основы аналитики.
3	Поисковая оптимизация В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает повышение индекса цитирования. Использование методов спамдексинга Создание оптимизированного контента сайта, разработка текстов ссылок и описаний. Создание семантического ядра.
4	Поисковая реклама В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает поисковая релам. Таргетированная реклама.
5	Баннерная реклама В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает создание бенерной реклама. Практика использования баннерной рекламы.
6	E-mail реклама В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает индивидуальные письма. Списки рассылки. Дискуссионные листы. Спам. Вирусный маркетинг.
7	Электронная комерция В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает поведение потребителей в интернете. Анализ интернет магазинов
8	Стратегия присутствия компании в интернете В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает задачи бизнеса в

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	интернете. Сайт для бизнеса. Анализ удобства сайта
9	Анализ эффективности интернет-рекламы В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает показатели рентабельности рекламных расходов, окупаемость инвестиций в маркетинге, методы оценки эффективности рекламы, расчет эффективности рекламы.
10	Оценка результатов рекламной компании в интернет В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает анализа эффективности рекламной компании.
11	Маркетинговые исследования в Интернете. В результате освоения дисциплины, студент осваивает компоненты форм. Проектирование форм. Обработка результатов.
12	Электронные платежные системы. В результате освоения дисциплины, студент осваивает PayCash, WebMoney Transfer, CyberPlat. Кредитные и дебетовые карты. Виртуальные банковские карты. Платежные системы на основе электронной наличности.
13	Партнёрские программы. В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает методик создания постоянной аудитории интернет проектов и маркетинг в социальных сетях, социальные сети как новая форма создания и поддержания виртуальных сообществ. Принципы эффективной работы с целевой аудиторией.
14	Контент маркетинг В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает информационные стили. Коммуникационные стратегии продвижения в сети Интернет.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к лабораторным работам
2	Изучение литературы
3	Работа с лекционным материалом
4	Подготовка к промежуточной аттестации.
5	Подготовка к текущему контролю.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
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, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2	https://urait.ru/bcode/450115 (дата обращения: 30.03.2022). — Текст : электронный

2	Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3.	https://urait.ru/bcode/468986 (дата обращения: 30.03.2022). — Текст : электронный
3	Хотяшева, О. М. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для вузов / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00347-5.	https://urait.ru/bcode/510927 (дата обращения: 19.03.2023). — Текст : электронный

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Официальный сайт РУТ (МИИТ) (<https://www.miit.ru/>).

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ) (<http://library.miit.ru>).

Образовательная платформа «Юрайт» (<https://urait.ru/>).

Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<http://e.lanbook.com/>).

Федеральная служба государственной статистики: <https://rosstat.gov.ru/>

КонсультантПлюс: <http://www.consultant.ru/>

Гарант: <http://www.garant.ru/>

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

1. Операционная система Microsoft Windows.

2. Microsoft Office.

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для проведения лекционных занятий необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой. Для проведения практических занятий требуется аудитория, оснащенная мультимедиа аппаратурой и ПК с необходимым программным обеспечением, и подключением к сети интернет.

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 7 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

доцент, доцент, к.н. кафедры
«Информационные системы
цифровой экономики»

С.Л. Лебедева

Согласовано:

Заведующий кафедрой ИСЦЭ
Председатель учебно-методической
комиссии

Л.А. Каргина

М.В. Ишханян