

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
38.03.05 Бизнес-информатика,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Электронный маркетинг

Направление подготовки: 38.03.05 Бизнес-информатика

Направленность (профиль): Цифровая экономика

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: 17.04.2025

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целями освоения учебной дисциплины являются:

- формирование знаний и навыков у студентов в области осуществления маркетинговой и рекламной деятельности в сети Интернет, освоение методов продвижения в Интернете.

В процессе изучения дисциплины студенты должны научиться понимать сущность процессов маркетинговых исследований в Интернет, знать основные направления рекламной деятельности с использованием электронного маркетинга и методы продвижения в сети Интернет.

Задачами освоения дисциплины является формирование у обучающихся навыков:

- анализировать исходные данные, необходимые для проведения эффективной рекламной кампании;
- составлять портрет потребителя продукции и определять состав целевой аудитории рекламодателя.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

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

ПК-1 - Способен определять ИТ-продукт, управлять его дизайном, регулировать план его развития и продвижения, согласуя работу соответствующих подразделений;

ПК-2 - Способен вести работу с сайтом: поиск материалов, создание информационных материалов, редактирование информации, осуществление нормативного контроля содержания, отслеживать продвижение на форумах и в социальных сетях;

ПК-8 - Способен осуществлять контроль функционирования, анализ показателей результативности и эффективности функционирования информационной системы.

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

Знать:

- основные средства и инструменты продвижения и продаж в Интернете;
- инструменты лидогенерации, SEO – оптимизации, повышения конверсии;

- порядок анализа показателей результативности информационной системы.

Уметь:

- делать выбор среди современных инструментов электронного маркетинга для реализации кратко-, средне- и долгосрочных маркетинговых задач организации;
- настраивать различные системы интернет-рекламы и веб-аналитики;
- регулировать план развития и продвижения ИТ-продукта.

Владеть:

- методами анализа эффективности результатов маркетинговой деятельности компании в Интернете;
- методами управления ИТ-проекта;
- навыками осуществления нормативного контроля содержания сайта.

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	Понятие и структура электронного маркетинга и интернет-рекламы. Рассматриваемые вопросы: - понятие и структура электронного маркетинга и интернет-рекламы; - анонсирование в поисковых системах и поисковая оптимизация. Понятие и цели поисковой оптимизации; - методы поисковой оптимизации; - основные понятия и рекомендации по увеличению релевантности веб-ресурса.
2	Поисковая оптимизация Рассматриваемые вопросы: - создание оптимизированного контента сайта, разработка текстов ссылок и описаний; - повышение индекса цитирования. Использование методов спамдексинга.
3	Поисковая реклама. Рассматриваемые вопросы: - поисковая реклама; - участие в рейтингах и регистрация в каталогах; - обмен ссылками.
4	Размещение ссылок. Рассматриваемые вопросы: - оценка уровня конкуренции при поисковой оптимизации сайта (с использованием программы Semonitor); - анализ коммерческого потенциала посетителя.
5	Профайлинг и персонализация Рассматриваемые вопросы: - профайлинг и персонализация в интернет-рекламе; - общий набор показателей, характеризующий аудиторию.
6	Баннерная реклама Рассматриваемые вопросы: - баннерная реклама, понятие баннерной рекламы, технологии баннерной рекламы; - практика использования баннерной рекламы, достоинства и недостатки баннерного обмена.
7	Особенности оценки эффективности баннерной рекламы Рассматриваемые вопросы: - эффект выгорания баннерной рекламы; - повышение эффективности баннерной рекламы.
8	E-mail реклама Рассматриваемые вопросы: - E-mail реклама, основные понятия и преимущества e-mail рекламы, индивидуальные письма, списки рассылки, дискуссионные листы;

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	- 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	Оценка эффективности E-mail рекламы Рассматриваемые вопросы: - методы оценки эффективности E-mail рекламы; - особенности учета результатов.
10	Анализ эффективности интернет-рекламы Рассматриваемые вопросы: - анализ эффективности интернет-рекламы. Основные термины и показатели эффективности интернет-рекламы; - методы сбора информации, используемой для анализа. Критерии оценки эффективности рекламы; - методы анализа эффективности рекламы.
11	Оценка результатов рекламной компании в интернет Рассматриваемые вопросы: - проведение анализа эффективности рекламной кампании; - показатели эффективности интернет-рекламы.
12	Партнёрские программы. Веб-кольца. Комьюнит Рассматриваемые вопросы: - партнёрские программы; - веб-кольца.
13	Партнёрские программы. Веб-кольца. Комьюнит Рассматриваемые вопросы: - проблема возврата посетителей и создания постоянной аудитории; - принципы, лежащие в основе организации любого виртуального сообщества.
14	Партнёрские программы. Веб-кольца. Комьюнит Рассматриваемые вопросы: - методы создания виртуального сообщества; - офлайновая поддержка онлайн-овых.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Инструменты электронного 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; - основы медийной рекламы; - основы аналитики.
3	Поисковая оптимизация В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает: - повышение индекса цитирования; - использование методов спамдексинга;

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	- 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 реклама; - таргетированная реклама.
5	Баннерная реклама В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает: - создание баннерной рекламы; - 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 коммерция 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 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 кампании в интернет В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает: - оценку результатов рекламной кампании в интернете; - анализ эффективности рекламной кампании.
11	Партнёрские программы. Веб-кольца. Комьюнит В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает: - обзор методик создания постоянной аудитории интернет проектов; - маркетинг в социальных сетях.
12	Партнёрские программы. Веб-кольца. Комьюнит В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает: - социальные сети как новая форма создания и поддержания виртуальных сообществ; - принципы эффективной работы с целевой аудиторией.
13	Контент маркетинг В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает: - принципы контент маркетинга; - информационные стили.

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
14	Контент маркетинг В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает: - методы контент маркетинга; - коммуникационные стратегии продвижения в социальных сетях.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям
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.	— Текст: электронный // Образовательная система Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450115 (дата обращения: 18.04.2025).
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.	— Текст: электронный // Образовательная система Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/468986 (дата обращения: 18.04.2025).
3	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.	— Текст: электронный // Образовательная система Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510927 (дата обращения: 18.04.2025).

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.miiit.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

Л.А. Каргина

Председатель учебно-методической
комиссии

М.В. Ишханян