

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
"Дальневосточный государственный университет путей сообщения"  
(ДВГУПС)

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой

(к302) Менеджмент



Третьяк С.Н., канд.  
экон. наук, доцент

01.01.1754

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины **Интернет-маркетинг**

38.04.02 Менеджмент

Составитель(и): PhD, Доцент, Калиновская Н.А.

Обсуждена на заседании кафедры: (к302) Менеджмент

Протокол от 01.01.0001г. №

Обсуждена на заседании методической комиссии учебно-структурного подразделения: Протокол от 01.01.1754 г. №

г. Хабаровск  
2022 г.

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Председатель МК РНС

\_\_ \_\_\_\_ 2023 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры  
(к302) Менеджмент

Протокол от \_\_\_\_ 2023 г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой Третьяк С.Н., канд. экон. наук, доцент

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Председатель МК РНС

\_\_ \_\_\_\_ 2024 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  
исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры  
(к302) Менеджмент

Протокол от \_\_\_\_ 2024 г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой Третьяк С.Н., канд. экон. наук, доцент

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Председатель МК РНС

\_\_ \_\_\_\_ 2025 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  
исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры  
(к302) Менеджмент

Протокол от \_\_\_\_ 2025 г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой Третьяк С.Н., канд. экон. наук, доцент

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Председатель МК РНС

\_\_ \_\_\_\_ 2026 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  
исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры  
(к302) Менеджмент

Протокол от \_\_\_\_ 2026 г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой Третьяк С.Н., канд. экон. наук, доцент

Рабочая программа дисциплины Интернет-маркетинг

разработана в соответствии с ФГОС, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 № 952

Квалификация **магистр**

Форма обучения **заочная**

**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 **5 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	180	Виды контроля на курсах:
в том числе:		экзамены (курс) 2
контактная работа	12	контрольных работ 2 курс (1)
самостоятельная работа	159	
часов на контроль	9	

**Распределение часов дисциплины по семестрам (курсам)**

Курс	2		Итого	
	уп	рп		
Лекции	4	4	4	4
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	159	159	159	159
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	180	180	180	180

### 1. АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Введение в интернет-маркетинг. Особенности комплекса маркетинга в Интернет. Маркетинговые исследования в Интернет. Поведение потребителей в интернет- среде. Разработка стратегии интернет-маркетинга. Копирайтинг. Создание и SEO-оптимизация сайта. Продвижение в интернет-маркетинге. Медиапланирование в Интернет. Маркетинг в социальных сетях (SMM). Таргетированная и контекстная реклама. E-mail маркетинг. Интернет-магазин: разработка и управление. Управление проектами в интернет-маркетинге. Web-аналитика, анализ рекламных кампаний в Интернет. Технологии работы с платёжными системами.
-----	---

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код дисциплины:	Б1.В.02
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Стратегический маркетинг
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Современные проблемы корпоративного управления

### 3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

#### ПК-1: Способен осуществлять стратегическое управление процессами создания сетей поставок

<b>Знать:</b>
Методы и технологии управле-ния организациями, их подраз-делениями и группами (коман-дами) сотрудников, а также про-ектами и сетями
<b>Уметь:</b>
Обнаруживать и диагностировать проблемы организации, разрабаты-вать меры по их устранению; приме-нять передовые технологии по управлению проектами и цепями
<b>Владеть:</b>
Навыками принятия и реализа-ции решений по управлению ор-ганизациями, их подразделе-ния-ми, группами (командами) со-трудников, проектами и сетями

### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетен-ции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1.</b>						
1.1	Введение в интернет-маркетинг. Особенности комплекса маркетинга в Интернет. Отличия интернет-маркетинга от традиционного. Преимущества и ограничения Интернет-маркетинга. Контекстная и таргетированная реклама. Сущность и основные характеристики. Маркетинговые исследования в Интернет-маркетинге. Поведение потребителей в интернет-среде. Исследование конкурентов.	2	2	ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.2	Копирайтинг. Теория и практика написания продающих текстов. Создание и SEO-оптимизация сайта. Продвижение в интернет-маркетинге. Медиапланирование в Интернет. Управление проектами в интернет-маркетинге. Интернет-магазины: создание и управление. Маркетинг в социальных сетях (SMM). E-mail маркетинг. Web-аналитика, анализ рекламных кампаний в Интернет. Технологии работы с платёжными системами. /Лек/	2	2	ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
	<b>Раздел 2.</b>						

2.1	Введение в интернет-маркетинг. Особенности комплекса маркетинга в Интернет. Отличия интернет-маркетинга от традиционного. Преимущества и ограничения Интернет-маркетинга. Контекстная и таргетированная реклама. Сущность и основные характеристики. Маркетинговые исследования в Интернет-маркетинге. Поведение потребителей в интернет-среде. Исследование конкурентов. /Пр/	2	4	ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
2.2	Копирайтинг. Теория и практика написания продающих текстов. Создание и SEO-оптимизация сайта. Продвижение в интернет-маркетинге. Медиапланирование в Интернет. Управление проектами в интернет-маркетинге. Интернет-магазины: создание и управление. Маркетинг в социальных сетях (SMM). E-mail маркетинг. Web-аналитика, анализ рекламных кампаний в Интернет. Технологии работы с платёжными системами. /Пр/	2	4	ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
	<b>Раздел 3.</b>						
3.1	Исследование рынка интернет-маркетинга /Ср/	2	35	ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
3.2	Углубленное изучение отдельных тем курса /Ср/	2	90	ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
3.3	Написание контрольной работы /Ср/	2	34	ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
	<b>Раздел 4.</b>						
4.1	/Экзамен/	2	9	ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	

### 5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Размещены в приложении

### 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

#### 6.1. Рекомендуемая литература

##### 6.1.1. Перечень основной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Нетёсова О.Ю.	Информационные системы и технологии в экономике: учеб. пособие для вузов	Москва: Юрайт, 2020,

##### 6.1.2. Перечень дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Рыжикова Т.Н.	Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик: учеб. пособие для вузов	Москва: Инфра-М, 2014,
Л2.2	Винарский Я. С., Гутгарц Р.Д.	Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение: Практическое пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019, <a href="http://znanium.com/catalog/document/?pid=1001357&amp;id=359301">http://znanium.com/catalog/document/?pid=1001357&amp;id=359301</a>

##### 6.3 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

###### 6.3.1 Перечень программного обеспечения

Free Conference Call (свободная лицензия)

Zoom (свободная лицензия)

<b>6.3.2 Перечень информационных справочных систем</b>
--

<b>7. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b>
---

Аудитория	Назначение	Оснащение
-	1	1
2600	Учебная аудитория для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	комплект учебной мебели: столы, стулья, доска
2704	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	комплект учебной мебели: столы, стулья, доска

<b>8. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>
--

--