

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

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой

Институт воздушных сообщений и
мультитранспортных технологий

Разумовская М.И., д-р
экон. наук, профессор

10.04.2024

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины **Интернет-маркетинг**

для направления подготовки 23.03.01 Технология транспортных процессов

Составитель(и): ст.преподаватель, Парыгина Д.В.; ст.преподаватель, Макаров И.А.

Обсуждена на заседании кафедры: Институт воздушных сообщений и мультитранспортных технологий

Протокол от 10.04.2024г. № 4

Обсуждена на заседании методической комиссии по родственным направлениям и специальностям: Протокол

г. Хабаровск
2024 г.

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
Институт воздушных сообщений и мультитранспортных технологий

Протокол от __ ____ 2025 г. № __
Зав. кафедрой Разумовская М.И., д-р экон. наук, профессор

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
Институт воздушных сообщений и мультитранспортных технологий

Протокол от __ ____ 2026 г. № __
Зав. кафедрой Разумовская М.И., д-р экон. наук, профессор

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

__ ____ 2027 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
Институт воздушных сообщений и мультитранспортных технологий

Протокол от __ ____ 2027 г. № __
Зав. кафедрой Разумовская М.И., д-р экон. наук, профессор

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

__ ____ 2028 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры
Институт воздушных сообщений и мультитранспортных технологий

Протокол от __ ____ 2028 г. № __
Зав. кафедрой Разумовская М.И., д-р экон. наук, профессор

Рабочая программа дисциплины Интернет-маркетинг

разработана в соответствии с ФГОС, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 07.08.2020 № 911

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

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 **4 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	144	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачёты (семестр) 8
контактная работа	50	
самостоятельная работа	94	

Распределение часов дисциплины по семестрам (курсам)

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	8 (4.2)		Итого	
	8 1/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Контроль самостоятельной работы	2	2	2	2
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	50	50	50	50
Сам. работа	94	94	94	94
Итого	144	144	144	144

1. АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Основные положения интернет-маркетинга. Воронка продаж, целевая аудитория, анализ конкурентов. Инструменты коммуникации в интернет-маркетинге. Реклама в интернет-маркетинге. Разработка стратегии.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код дисциплины:	Б1.В.ДВ.04.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Внешнеэкономическая деятельность организации
2.1.2	Организация коммерческой и маркетинговой работы на воздушном транспорте
2.1.3	Предпринимательская деятельность
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Преддипломная практика

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

УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Знать:

Принципы построения устного и письменного высказывания на русском и иностранном языках; - правила и закономерности деловой устной и письменной коммуникации.

Уметь:

Применять на практике деловую коммуникацию в устной и письменной формах, методы и навыки делового общения на русском и иностранном языках.

Владеть:

Навыками чтения и перевода текстов на иностранном языке в профессиональном общении; навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме на русском и иностранном языках; методикой составления суждения в межличностном деловом общении на русском и иностранном языках.

ПК-5: Способен к проведению научных, в том числе маркетинговых исследований и маркетингового анализа коммерческой деятельности с применением современных интернет-технологий

Знать:

Методы научного анализа, в том числе применяемые в маркетинговых исследованиях. Методы маркетингового анализа коммерческой деятельности. Современные интернет-технологии, применяемые в коммерческой и маркетинговой деятельности

Уметь:

Выбирать необходимые методы исследования, собирать и анализировать и интерпретировать результаты маркетингового исследования

Владеть:

Навыками проведения маркетинговых исследований и анализа полученных результатов, навыками оценки эффективности коммерческой и маркетинговой деятельности

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

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Лекции						
1.1	Основные положения интернет-маркетинга. /Лек/	8	2	УК-4 ПК-5	Л1.1Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.9 Л2.10Л3.1 Э1	0	
1.2	Воронка продаж, целевая аудитория, анализ конкурентов. /Лек/	8	2	УК-4 ПК-5	Л1.1Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.9 Л2.10Л3.1 Э1	0	

1.3	Инструменты коммуникации в интернет-маркетинге. /Лек/	8	4	УК-4 ПК-5	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.5 Л2.6 Л2.9 Л2.10Л3.1 Э1	0	
1.4	Реклама в интернет-маркетинге. /Лек/	8	4	УК-4 ПК-5	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.5 Л2.6 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Э1	0	
1.5	Разработка стратегии. /Лек/	8	4	УК-4 ПК-5	Л1.1Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Э1	0	
Раздел 2. Практические занятия							
2.1	Основные положения интернет-маркетинга. /Пр/	8	8	УК-4 ПК-5	Л1.1Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.9 Л2.10Л3.1 Э1	0	
2.2	Воронка продаж, целевая аудитория, анализ конкурентов. /Пр/	8	8	УК-4 ПК-5	Л1.1Л2.1 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.9 Л2.10Л3.1 Э1	0	
2.3	Инструменты коммуникации в интернет-маркетинге. /Пр/	8	8	УК-4 ПК-5	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.9 Л2.10Л3.1 Э1	0	
2.4	Реклама в интернет-маркетинге. /Пр/	8	4	УК-4 ПК-5	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.5 Л2.6 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Э1	0	
2.5	Разработка стратегии. /Пр/	8	4	УК-4 ПК-5	Л1.1Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Э1	0	
Раздел 3. Самостоятельная работа							
3.1	Подготовка к аудиторным занятиям /Ср/	8	64	УК-4 ПК-5	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Э1	0	
3.2	Подготовка к промежуточной аттестации /Ср/	8	30	УК-4 ПК-5	Л1.1Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.9 Л2.10Л3.1 Э1	0	
Раздел 4. Промежуточная аттестация							

4.1	Контрольные вопросы и задания. /Зачёт/	8	0	УК-4 ПК-5	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Э1	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	Катаев А. В., Катаева Т. М.	Интернет-маркетинг: учебное пособие	Ростов-на-Дону Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2018, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687

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

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Шарков Ф. И.	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учеб. пособие	Москва: Дашков и К, 2015, http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=56210
Л2.2	Зайцев А. Г., Такмакова Е. В.	Маркетинговые исследования: Учебное пособие	Москва: Издательский Центр РИОР, 2015, http://znanium.com/go.php?id=500604
Л2.3	Архангельская И. Б., Мезина Л. Г., Архангельская А. С.	Интегрированные маркетинговые коммуникации	Москва: Издательский Центр РИОР, 2016, http://znanium.com/go.php?id=517067
Л2.4	Чехов А. П.	Реклама: Художественная литература	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015, https://znanium.com/catalog/document?id=22555
Л2.5	Акулич М. В.	Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2016, http://znanium.com/go.php?id=541640
Л2.6	Ефимов А. Б.	Е-mail маркетинг для интернет-магазина: инструкция по внедрению: практическое пособие	Москва: СилаУма-Паблишер, 2015, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=430517
Л2.7	Лужнова Н. В.	Маркетинговые коммуникации: учебное пособие	Оренбург: ОГУ, 2016, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481768
Л2.8	Лужнова Н. В., Калиева О. М.	Стратегическое маркетинговое управление: учебник	Оренбург: ОГУ, 2017, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776
Л2.9	Лунева Е. А.	Современные маркетинговые технологии: учебное пособие	Омск: Издательство ОмГТУ, 2017, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493360
Л2.10	Попова Е. П., Кострулёва И. В.	Теория и практика профессиональной коммуникации на русском языке: практикум: учебное пособие	Ставрополь: СКФУ, 2018, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562678

6.1.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
ЛЗ.1	Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б.	Современный экономический словарь: Словарь	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017, http://znanium.com/go.php?id=751618
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)			
Э1	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU / Официальный сайт – 2000 – 2024. – URL: http://elibrary.ru/		http://elibrary.ru/
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			
Office Pro Plus 2007 - Пакет офисных программ, лиц.45525415			
Windows 7 Pro - Операционная система, лиц. 60618367			
Free Conference Call (свободная лицензия)			
Zoom (свободная лицензия)			
АСТ тест - Комплекс программ для создания банков тестовых заданий, организации и проведения сеансов тестирования, лиц. АСТ.РМ.А096.Л08018.04, дог.372			
6.3.2 Перечень информационных справочных систем			
Профессиональная база данных, информационно-справочная система Гарант – http://www.garant.ru			
Профессиональная база данных, информационно-справочная система КонсультантПлюс – http://www.consultant.ru			
Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – http://elibrary.ru/			
Научно-техническая библиотека ДВГУПС – http://ntb.festu.khv.ru/			
Государственная публичная научно-техническая библиотека России – http://www.gpntb.ru			
Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – http://biblioclub.ru/			
Электронно-библиотечная система «Лань» – https://e.lanbook.com/			
Электронные ресурсы научно-технической библиотеки МИИТа – http://library.mii.ru/miitb.php			
Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ – http://www.gks.ru/			

7. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)		
Аудитория	Назначение	Оснащение
452	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	комплект учебной мебели, меловая доска, экран проекционный. Технические средства обучения: мультимедиапроектор, ноутбук (переносной) только для дисциплин кафедры "ЭиК". Лицензионное программное обеспечение: Windows XP, лиц. 46107380, Office Pro Plus 2007, лиц. 45525415.
454	Учебная аудитория для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	комплект учебной мебели, маркерная доска. Лицензионное программное обеспечение: Windows XP, лиц. 46107380, Office Pro Plus 2007, лиц. 45525415.
343	Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Читальный зал НТБ	Тематические плакаты, столы, стулья, стеллажи. Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет, свободному доступу в ЭБС и ЭИОС.
1303	Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Читальный зал НТБ	Тематические плакаты, столы, стулья, стеллажи Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет, свободному доступу в ЭБС и ЭИОС.
423	Помещения для самостоятельной работы обучающихся. зал электронной информации	Тематические плакаты, столы, стулья, стеллажи Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет, свободному доступу в ЭБС и ЭИОС.
356	Лаборатория кафедры "Экономика и коммерция" и Дипломный зал кафедры "Экономика и коммерция"	комплект учебной мебели, доска меловая, экран проекционный. Технические средства обучения: ПК, проектор мультимедиа. Лицензионное программное обеспечение: Windows10, лиц. по подписке, ПО 1С Предприятие 8 Пер.№800908708 Контракт 03221000129113000067_46783 от 18.10.2013 г. на 20 рабочих мест, Foxit Reader, Антивирус Kaspersky Endpoint Security - Контракт 171 ДВГУПС от 01.10.2021, до 01.10.2022

Аудитория	Назначение	Оснащение

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В самом начале учебного курса познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программа дисциплины;
- перечень знаний, умений и навыков, которыми студент должен владеть;
- контрольные мероприятия;
- список основной и дополнительной литературы, а также электронных ресурсов;
- перечень вопросов к промежуточной аттестации (расположен в оценочных материалах к рабочей программе дисциплины).

Общие и утвердившиеся в практике правила и приемы конспектирования лекций:

- конспектирование лекций ведется в специально отведенной для этого тетради, с полями для дополнительных записей;
- необходимо записывать тему и план лекций, рекомендуемую литературу к теме. Для выделения разделов, выводов, определений, основных идей можно использовать цветные карандаши и фломастеры;
- в конспекте дословно записываются определения понятий, категорий и законов. Остальное должно быть записано своими словами;
- каждому студенту необходимо выработать и использовать допустимые сокращения наиболее распространенных терминов и понятий.

Эффективными формами контроля за изучением курса студентами являются консультации. Они используются для оказания помощи студентам при их подготовке к семинарским занятиям, для бесед по дискуссионным проблемам и со студентами, пропустившими семинарские занятия, а также индивидуальной работы преподавателя с отстающими студентами.

При подготовке к промежуточной аттестации рекомендуется повторно изучить все лекции и рекомендованную литературу, посмотреть решения основных задач и заданий, решенных самостоятельно и на практических занятиях, а так же составить письменные ответы на все контрольные вопросы.

Проведение учебного процесса и промежуточная аттестация может быть организована с использованием ЭИОС университета и в цифровой среде (группы в социальных сетях, электронная почта, видеосвязь и др. платформы). Учебные занятия с применением ДОТ проходят в соответствии с утвержденным расписанием.

Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение по дисциплине обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся. Специальные условия их обучения определены Положением ДВГУПС П 02-05-14 «Об условиях обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья» (в последней редакции).

Методические указания различных видов учебной работы и рекомендуемая последовательность действий студента

Самостоятельная работа (СРС).

СРС осуществляется при всех формах обучения, является неотъемлемой частью процесса обучения. СРС может быть представлена как средство организации самообразования и воспитания самостоятельности как личностного качества. Как явление самовоспитания и самообразования СРС обеспечивается комплексом профессиональных умений студентов, в частности умением осуществлять планирование деятельности, искать ответ на непонятное, неясное, рационально организовывать свое рабочее место и время. СРС приводит студента к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений.

Студентам рекомендуется с самого начала освоения данного курса работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При освоении данного курса студент может пользоваться библиотекой вуза, которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой.

Выполнение кейс-заданий.

Кейсы - смоделированные или реальные ситуации, связанные с конкретными примерами работы организаций. При помощи кейсов преподаватель ставит задачу заставить обучающегося не просто изучить тот или иной теоретический материал, а глубже проникнуть в технологические, производственные и управленческие процессы, осознать и оценить стратегии профессиональной деятельности, максимально приближаясь к действительности.

СРС с информационными ресурсами Интернет.

Данный вид СРС развивает познавательную самостоятельность обучающихся, повышает его кругозор и обеспечивает выход в мировое информационное пространство с применением поисковых информационных технологий. Некоторые виды самостоятельной работы обучаемых в сети Интернет:

- 1) поиск и обработка информации (поиск, анализ и обработка существующих информационных источников по заданной тематике, составление конспекта и библиографического списка, ознакомление с практической стороной рассматриваемого вопроса);
- 2) диалог в сети (общение в синхронной телеконференции (чате) со специалистами или обучающимися других групп или вузов, изучающих данную тему, обсуждение вопросов курса через специализированные сетевые программы, работа через электронную почту).

Вся информация, полученная из сети Интернет, должна перерабатываться студентом. Для этого можно переформулировать материал без изменения сути содержимого, представлять его в виде рисунков, таблиц или графиков. Обязательно необходимо подводить итог по завершению вопроса, высказывать свою позицию.

Работа с литературой.

Особое место среди видов СРС занимает работа с литературой, являющаяся основным методом самостоятельного овладения знаниями.

Всю литературу можно разделить на учебники и учебные пособия, оригинальные научные монографические источники, научные публикации в периодической печати. Из них можно выделить литературу основную (рекомендуемую), дополнительную и литературу для углубленного изучения дисциплины.

Изучение дисциплины следует начинать с учебника, поскольку учебник – это книга, в которой изложены основы научных знаний по определенному предмету в соответствии с целями и задачами обучения, установленными программой и требованиями дидактики.

Оформление компьютерных презентаций.

Текстовая информация:

- размер шрифта: 24-54 пт (заголовок), 18-36 пт (обычный текст);
- цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться), но не резать глаза;
- тип шрифта: для основного текста гладкий шрифт без засечек (Arial, Tahoma, Verdana), для заголовка можно использовать декоративный шрифт, если он хорошо читаем. Не рекомендуется использовать более 3 цветов и более 3 типов шрифта;
- курсив, подчеркивание, жирный шрифт, прописные буквы рекомендуется использовать только для смыслового выделения фрагмента текста.

Графическая информация:

- рисунки, фотографии, диаграммы призваны дополнить текстовую информацию или передать ее в более наглядном виде;
- цвет графических изображений не должен резко контрастировать с общим стилевым оформлением слайда;
- иллюстрации рекомендуется сопровождать пояснительным текстом;

Анимационные эффекты используются для привлечения внимания слушателей или для демонстрации динамики развития какого-либо процесса. В этих случаях использование анимации оправдано, но не стоит чрезмерно насыщать презентацию такими эффектами, иначе это вызовет негативную реакцию аудитории.

Звук:

- звуковое сопровождение должно отражать суть или подчеркивать особенность темы слайда, презентации;
- фоновая музыка не должна отвлекать внимание слушателей и не заглушать слова докладчика.

В тексте ни в коем случае не должно содержаться орфографических ошибок.

На слайдах презентации не пишется весь текст, который произносит докладчик. Текст должен содержать только ключевые фразы (слова), которые докладчик развивает и комментирует устно.

В конце презентации представляется список использованных источников, оформленный по правилам библиографического описания.

Написание эссе.

Эссе – самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем (тема может быть предложена и обучающимся, но согласована с преподавателем). Должно содержать четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающую авторскую позицию по поставленной проблеме.

Структура эссе:

1. Введение.
2. Основная часть.
3. Заключение.

Оценочные материалы при формировании рабочих программ дисциплин (модулей)

Направление: 23.03.01 Технология транспортных процессов

Направленность (профиль): Управление коммерческой и маркетинговой работой на воздушном транспорте

Дисциплина: Интернет-маркетинг

Формируемые компетенции:

1. Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций.

Показатели и критерии оценивания компетенций

Объект оценки	Уровни сформированности компетенций	Критерий оценивания результатов обучения
Обучающийся	Низкий уровень Пороговый уровень Повышенный уровень Высокий уровень	Уровень результатов обучения не ниже порогового

Шкалы оценивания компетенций при сдаче зачета

Достиженный уровень результата обучения	Характеристика уровня сформированности компетенций	Шкала оценивания
Пороговый уровень	Обучающийся: - обнаружил на зачете всесторонние, систематические и глубокие знания учебно-программного материала; - допустил небольшие упущения в ответах на вопросы, существенным образом не снижающие их качество; - допустил существенное упущение в ответе на один из вопросов, которое за тем было устранено студентом с помощью уточняющих вопросов; - допустил существенное упущение в ответах на вопросы, часть из которых была устранена студентом с помощью уточняющих вопросов	Зачтено
Низкий уровень	Обучающийся: - допустил существенные упущения при ответах на все вопросы преподавателя; - обнаружил пробелы более чем 50% в знаниях основного учебно-программного материала	Не зачтено

Описание шкал оценивания

Компетенции обучающегося оцениваются следующим образом:

Планируемый уровень результатов освоения	Содержание шкалы оценивания достигнутого уровня результата обучения			
	Неудовлетворительн	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
	Не зачтено	Зачтено	Зачтено	Зачтено

Знать	Неспособность обучающегося самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения.	Обучающийся способен самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения.	Обучающийся демонстрирует способность к самостоятельному применению знаний при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель, и при его консультативной	Обучающийся демонстрирует способность к самостоятельно-му применению знаний в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий и при консультативной поддержке в части междисциплинарных
Уметь	Отсутствие у обучающегося самостоятельности в применении умений по использованию методов освоения учебной дисциплины.	Обучающийся демонстрирует самостоятельность в применении умений решения учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем.	Обучающийся продемонстрирует самостоятельное применение умений решения заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель, и при его консультативной поддержке в части современных проблем.	Обучающийся демонстрирует самостоятельное применение умений решения неизвестных или нестандартных заданий и при консультативной поддержке преподавателя в части междисциплинарных связей.
Владеть	Неспособность самостоятельно проявить навык решения поставленной задачи по стандартному образцу повторно.	Обучающийся демонстрирует самостоятельность в применении навыка по заданиям, решение которых было показано преподавателем.	Обучающийся демонстрирует самостоятельное применение навыка решения заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель, и при его консультативной поддержке в части современных проблем.	Обучающийся демонстрирует самостоятельное применение навыка решения неизвестных или нестандартных заданий и при консультативной поддержке преподавателя в части междисциплинарных связей.

2. Перечень вопросов и задач к экзаменам, зачетам, курсовому проектированию, лабораторным занятиям. Образец экзаменационного билета

Компетенция УК-4

1) Раскройте сущность понятий «маркетинг» и «интернет-маркетинг». Опишите цель комплекса маркетинга и его составляющие. В чем заключаются различия 4Р и 4С моделей комплекса?

2) Дайте определения понятиям «рынок» и «сегмент рынка». Опишите методы расчета емкости рынка, перечислите источники данных для анализа.

3) Раскройте понятие «конкурентный анализ». Опишите виды конкурентов и параметры для их оценки. Раскройте содержание типовых стратегий конкурентных преимуществ. Перечислите онлайн-сервисы конкурентной разведки и опишите, какие возможности они предоставляют.

4) Дайте определение понятию «целевая аудитория». Опишите особенности анализа целевой аудитории и потребителя. Раскройте содержание классификации потребителей. Приведите примеры факторов, оказывающих влияние на принятие решений потребителем. Приведите примеры проблем («болей») потребителя. Перечислите особенности поведения потребителей в интернете. Чем отличаются процессы покупки офлайн и онлайн.

5) Раскройте суть инструментов для анализа потребителя: «Создание портрета (персоны) потребителя», «Один день из жизни потребителя», «Empathy map» и «Customer Journey Mapping». Приведите примеры сервисов для анализа ЦА.

6) Раскройте понятие «продуктовое предложение». Опишите этапы процесса разработки продукта. Перечислите методы повышения ценности продуктового предложения. Опишите методы оптимизации ценности клиента (CVO), виды продуктовых предложений (offers) и базовые принципы увеличения прибыли.

7) Опишите основные этапы проработки информации о продукте и клиенте. Приведите примеры и раскройте суть инструментов, помогающих собрать, структурировать и подготовить к размещению в материалах информацию о клиенте. Приведите примеры типовых «возражений» клиентов. Раскройте содержание понятия «Уникальное торговое предложение», перечислите основные принципы УТП.

8) Дайте определение понятию «платформа коммуникации», перечислите их виды и цели создания. Опишите модель «6С — Online customer motivation». Перечислите варианты информационных разделов и блоков коммерческих страниц сайта. Сформулируйте типовые рекомендации по визуальной и контентной оптимизации коммерческих страниц. Опишите наиболее частые ошибки.

9) Как осуществляется выбор целевого(ых) действия(ий) пользователя для коммерческой страницы? Приведите примеры целевых действий. Перечислите размещаемые на страницах с продуктовым предложением базовые элементы и механики, направленные на привлечение, удержание и конвертацию пользователей. Опишите основные «шаблоны» выбора цветовых решений для оформления коммерческих материалов. В чем заключается суть А/В тестирования?

10) Перечислите основные требования законодательства по размещению, сбору, хранению и обработке данных на сайте.

11) Дайте определение понятию «канал продвижения». Опишите концепцию классификации видов рекламы и инструментов продвижения по назначению. Раскройте понятие воронки продаж, приведите примеры.

12) Перечислите инструменты офлайн маркетинга, опишите их специфику. Перечислите инструменты онлайн маркетинга, опишите их специфику. Опишите стратегии выбора инструментов продвижения в физических и интернет-каналах. Какие показатели характеризуют канал продвижения (или инструмент используемый в нем) как наиболее эффективный.

13) Дайте понятие коэффициента конверсии. Объясните, в чем заключаются особенности выбора метрик для расчета этого показателя. Приведите примеры ошибочно выбранных метрик.

14) Перечислите основные показатели результативности маркетинговой деятельности организации в интернет каналах. Объясните суть и порядок расчета данных показателей.

15) Приведите примеры основных стратегий увеличения прибыли, основываясь на системе показателей.

16) Перечислите и раскройте суть показателей удовлетворенности, удержания и оттока потребителей. Опишите их влияние на прибыль.

ПК-5

17) Раскройте основные понятия Яндекс Метрики: Счетчик, Посетитель, Визит Тайм-аут визита, Отказ, Просмотр, Глубина просмотра, Время на сайте, Цель, Целевой визит и Конверсия.

18) Перечислите и опишите назначение составляющих следующих инструментов Яндекс Метрики: стандартные отчеты, вебвизор и карты.

19) Опишите виды целей в Яндекс Метрике и ситуации их использования: по условию достижения цели, сложности цели и назначению цели. Перечислите ограничения составной цели.

20) Опишите модели атрибуции и способы их использования. Раскройте возможности сегментации данных и группировок в Яндекс Метрике на примерах.

21) Параметры посетителей и способы передачи данных. Структура файла для загрузки. Для каких целей используется сбор офлайн данных. Структура файла для загрузки.

22) Принципы работы UTM – меток и цели применения. Структура меток и виды utm-значений: обязательные и дополнительные параметры.

23) Особенности междоменного отслеживания в Google Analytics. Назначение аккаунта, ресурсов и представлений в Google Analytics. Особенности работы с представлениями. Типы фильтров, используемых в представлениях. Перечислите известные вам фильтры.

24) Виды целей в Google Analytics, особенности составных целей (последовательностей). Особенности передачи ценности цели и цены конверсии.

25) Стандартные модели атрибуции и способы их использования в Google Analytics. Возможности сегментации данных, виды и типы отчетов.

26) Понятие контекстной рекламы и ее виды. Системы контекстной рекламы и типы рекламных компаний.

27) Принципы работы рекламы на поиске Яндекс Директ, особенности аукциона и ценообразования в контекстной рекламе. Факторы, влияющие на позицию показа. Запрещенные тематики для рекламы в Яндекс Директ.

28) Ключевая фраза, Семантическое ядро, Виды поисковых запросов, маркеры коммерческих запросов, минус-слова, минус-фразы, стоп-слова.

29) Виды объявлений. Основные правила и рекомендации по оптимизации структуры рекламных компаний. Ограничения в ключевых словах. Ограничения в написании текстовых объявлений.

30) Виды объявлений. Основные правила и рекомендации по оптимизации структуры рекламных компаний. Ограничения в ключевых словах. Ограничения в написании текстовых объявлений.

31) Результаты поиска и типы запросов. Принципы работы поисковых систем. Факторы ранжирования. Текстовая релевантность. Коммерческие, поведенческие и ссылочные факторы. Анализ

ключевых слов.

УК-4, ПК-5

Задача. Каналы привлечения посетителей в Интернете отличаются по формату рекламного сообщения, чаще всего это либо текстовые объявления, либо баннеры. Соответственно, уже в рекламном сообщении должны содержаться маркетинговые зацепки для целевой аудитории, которые будут мотивировать пользователей переходить на сайт. При переходе на сайт человек попадает на так называемую посадочную страницу – это страница landing page. Дайте характеристику названной выше странице с технической точки зрения, с точки зрения бизнеса, с точки зрения пользователя.

Образец экзаменационного билета

Дальневосточный государственный университет путей сообщения		
Кафедра Институт воздушных сообщений и мультитранспортных технологий семестр, 2024-2025	Экзаменационный билет № Интернет-маркетинг Направление: 23.03.01 Технология транспортных процессов Направленность (профиль): Управление коммерческой и маркетинговой работой на воздушном транспорте	Утверждаю» Зав. кафедрой 10.04.2024 г.
Вопрос Перечислите и раскройте суть показателей удовлетворенности, удержания и оттока потребителей. Опишите их влияние на прибыль. (УК-4)		
Вопрос Принципы работы рекламы на поиске Яндекс Директ, особенности аукциона и ценообразования в контекстной рекламе. Факторы, влияющие на позицию показа. Запрещенные тематики для рекламы в Яндекс Директ. (ПК-5)		
Задача (задание) Каналы привлечения посетителей в Интернете отличаются по формату рекламного сообщения, чаще всего это либо текстовые объявления, либо баннеры. Соответственно, уже в рекламном сообщении должны содержаться маркетинговые зацепки для целевой аудитории, которые будут мотивировать пользователей переходить на сайт. При переходе на сайт человек попадает на так называемую посадочную страницу – это страница landing page. Дайте характеристику названной выше странице с технической точки зрения, с точки зрения бизнеса, с точки зрения пользователя. (ПК-5,УК-4)		

Примечание. В каждом экзаменационном билете должны присутствовать вопросы, способствующих формированию у обучающегося всех компетенций по данной дисциплине.

3. Тестовые задания. Оценка по результатам тестирования.

УК-4

Задание № 1. Наиболее популярным видом деятельности совершеннолетних пользователей Интернет является...

1. поиск информации в поисковых системах
2. посещение развлекательных ресурсов
3. проведение банковских операций
4. совершение покупок в виртуальных магазинах

Задание № 2. Несущественным психографическим признаком сегментации пользователей Интернет можно считать такой признак как

1. склонность к риску
2. увлечения пользователя
3. стиль жизни
4. принадлежность к социальному классу

ПК-5

Задание № 3. К основным преимуществам электронной коммерции для покупателя не относят

1. более низкий уровень цен товаров
2. экономию времени
3. наличие прямого контакта
4. возможность быстрого просмотра большого числа товаров

Задание № 4. К методам исследования потребителей в Интернет не относят

1. интернет-банкинг
2. анкетирование посетителей web-сервера
3. опрос с улучшенными показателями возврата
4. проведение опросов в телеконференциях

Полный комплект тестовых заданий в корпоративной тестовой оболочке АСТ размещен на сервере УИТ ДВГУПС, а также на сайте Университета в разделе СДО ДВГУПС (образовательная среда в личном кабинете преподавателя).

Соответствие между бальной системой и системой оценивания по результатам тестирования устанавливается посредством следующей таблицы:

Объект оценки	Показатели оценивания результатов обучения	Оценка	Уровень результатов обучения
Обучающийся	60 баллов и менее	«Неудовлетворительно»	Низкий уровень
	74 – 61 баллов	«Удовлетворительно»	Пороговый уровень
	84 – 75 баллов	«Хорошо»	Повышенный уровень
	100 – 85 баллов	«Отлично»	Высокий уровень

4. Оценка ответа обучающегося на вопросы, задачу (задание) экзаменационного билета, зачета, курсового проектирования.

Оценка ответа обучающегося на вопросы, задачу (задание) экзаменационного билета, зачета

Элементы оценивания	Содержание шкалы оценивания			
	Неудовлетворительн	Удовлетворитель	Хорошо	Отлично
	Не зачтено	Зачтено	Зачтено	Зачтено
Соответствие ответов формулировкам вопросов (заданий)	Полное несоответствие по всем вопросам.	Значительные погрешности.	Незначительные погрешности.	Полное соответствие.
Структура, последовательность и логика ответа. Умение четко, понятно, грамотно и свободно излагать свои мысли	Полное несоответствие критерию.	Значительное несоответствие критерию.	Незначительное несоответствие критерию.	Соответствие критерию при ответе на все вопросы.
Знание нормативных, правовых документов и специальной литературы	Полное незнание нормативной и правовой базы и специальной литературы	Имеют место существенные упущения (незнание большей части из документов и специальной литературы по названию, содержанию и т.д.).	Имеют место несущественные упущения и незнание отдельных (единичных) работ из числа обязательной литературы.	Полное соответствие данному критерию ответов на все вопросы.
Умение увязывать теорию с практикой, в том числе в области профессиональной работы	Умение связать теорию с практикой работы не проявляется.	Умение связать вопросы теории и практики проявляется редко.	Умение связать вопросы теории и практики в основном проявляется.	Полное соответствие данному критерию. Способность интегрировать знания и привлекать сведения из различных научных сфер.

Качество ответов на дополнительные вопросы	На все дополнительные вопросы преподавателя даны неверные ответы.	Ответы на большую часть дополнительных вопросов преподавателя даны неверно.	. Даны неполные ответы на дополнительные вопросы преподавателя. 2. Дан один неверный ответ на дополнительные вопросы преподавателя.	Даны верные ответы на все дополнительные вопросы преподавателя.
--	---	---	--	---

Примечание: итоговая оценка формируется как средняя арифметическая результатов элементов оценивания.