

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

24.01.2025

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины **Интернет-маркетинг**

для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Составитель(и): к.э.н., доцент, Химич Е.В.

Обсуждена на заседании кафедры: (к302) Менеджмент

Протокол от 21.01.2025г. № 25.02

Обсуждена на заседании методической комиссии по родственным направлениям и специальностям:
Протокол от 24.01.2025г. №5

г. Хабаровск
2025 г.

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

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
(к302) Менеджмент

Протокол от _____ 2027 г. № ____
Зав. кафедрой Третьяк С.Н., канд. экон. наук, доцент

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
(к302) Менеджмент

Протокол от _____ 2028 г. № ____
Зав. кафедрой Третьяк С.Н., канд. экон. наук, доцент

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

_____ 2029 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2029-2030 учебном году на заседании кафедры
(к302) Менеджмент

Протокол от _____ 2029 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 08.06.2017 № 512

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 **7 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	252	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		экзамены (семестр) 6
контактная работа	88	зачёты (семестр) 5
самостоятельная работа	128	курсовые работы 6
часов на контроль	36	

Распределение часов дисциплины по семестрам (курсам)

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		6 (3.2)		Итого	
Неделя	18		16 1/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16	32	32
Практические	16	16	32	32	48	48
Контроль самостоятельной работы	4	4	4	4	8	8
В том числе инт.			16	16	16	16
Итого ауд.	32	32	48	48	80	80
Контактная работа	36	36	52	52	88	88
Сам. работа	72	72	56	56	128	128
Часы на контроль			36	36	36	36
Итого	108	108	144	144	252	252

1. АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Сущность интернет-маркетинга и его отличие от цифрового (digital) маркетинга. Каналы интернет-маркетинга. Исследование потребителя в Интернет-маркетинге. Анализ брифа и ресурсов заказчика. Анкетирование и интервьюирование аудитории. Сбор данных с помощью веб-аналитики. Исследование конкурентов в сети интернет. Необходимость исследования конкурентов. Анализ конкурентов в сети Интернет. Таргетированная и контекстная реклама. Цели и задачи таргетированной рекламы. Сущность контекстной рекламы. Контекстный таргетинг. Основы поискового маркетинга. Семантическое ядро. Оптимизация поискового трафика на популярных сайтах (теги, метаописания и URL). Привлечение роботов поисковых машин для оптимизации. Сегментация аудитории и контента. Куки и пиксели. Оптимизация кампаний с платным трафиком. Генерация трафика на веб-сайт. Типы лендингов. Формы создания продающей страницы. Элементы успешных продуктовых страниц. Критерии оценки лендинга. Социальные сети в интернет-маркетинге (SMM). Методики создания и ведения блога. Правила написания заголовков. Организация аудита блога. Виды постов. Лидеры мнений. E-mail-маркетинг. Типы маркетинговых писем и формирование календаря продвижения. Порядок написания и оформления электронного письма. Аналитика и стратегическое управление в цифровой среде.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код дисциплины:	Б1.О.16
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Событийный (event) маркетинг
2.1.2	Тайм-менеджмент
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

ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Знать:
Совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие раз-ных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.
Уметь:
Осуществлять свои профессиональные действия с учётом механизмов функционирования и тенденций развития конкретной медиакоммуникационной системы региона, страны и мира.
Владеть:
Правовыми и этическими нормами регулирования про-фессиональной деятельности в области медиакоммуника-ционных систем региона, страны и мира.

ПК-2: Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

Знать:
Теоретические основы продвижения товаров и услуг посредством сети Интернет, элементы интернет-маркетинга и их значение при реализации маркетинговых целей компании.
Уметь:
Осуществлять выбор инструментов и методов интернет-маркетинга с учётом особенностей продвижения продукта или услуги компании.
Владеть:
Методами оценки результативности рекламных кампа-ний, реализуемых в сети Ин-тернет, в том числе с помощью инструментов веб-аналитики и статистики поисковых систем, а так же навы-ками построения стратегии продвижения с использованием интернет-маркетинга.

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
	Раздел 1. Лекции						
1.1	Сущность интернет-маркетинга и его отличие от цифрового (digital) маркетинга. Каналы интернет-маркетинга. /Лек/	5	4	ОПК-5 ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1Л3.1 Э1	0	

1.2	Исследование потребителей в Интернет-маркетинге. Анализ брифа и ресурсов заказчика. Анкетирование и интервьюирование аудитории. Сбор данных с помощью веб-аналитики. /Лек/	5	4	ОПК-5 ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1Л3.1 Э1	0	
1.3	Исследование конкурентов в сети интернет. Необходимость исследования конкурентов. Анализ конкурентов в сети Интернет. /Лек/	5	4	ОПК-5 ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1Л3.1 Э1	0	
1.4	Таргетированная и контекстная реклама. Цели и задачи таргетированной рекламы. /Лек/	5	4	ОПК-5 ПК-2	Л1.2Л2.1Л3.1 Э1	0	
1.5	Сущность контекстной рекламы. Контекстный таргетинг. /Лек/	6	4	ОПК-5 ПК-2	Л1.2Л2.1Л3.1 Э1	0	
1.6	Основы поискового маркетинга. Семантическое ядро. Оптимизация поискового трафика на популярных сайтах (теги, метаописания и URL). Привлечение роботов поисковых машин для оптимизации. /Лек/	6	4	ОПК-5 ПК-2	Л1.2Л2.1Л3.1 Э1	0	
1.7	Сегментация аудитории и контента. Куки и пиксели. Оптимизация кампаний с платным трафиком. Генерация трафика на веб-сайт. /Лек/	6	4	ОПК-5 ПК-2	Л1.2Л2.1Л3.1 Э1	0	
1.8	Типы лендингов. Формы создания продающей страницы. Элементы успешных продуктовых страниц. Критерии оценки лендинга. /Лек/	6	4	ОПК-5 ПК-2	Л1.2Л2.1Л3.1 Э1	0	
Раздел 2. Практика							
2.1	Исследование потребителей в Интернет-маркетинге. Анализ брифа и ресурсов заказчика. Анкетирование и интервьюирование аудитории. Сбор данных с помощью веб-аналитики. /Пр/	5	4	ОПК-5 ПК-2	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1	0	
2.2	Исследование конкурентов в сети интернет. Необходимость исследования конкурентов. Анализ конкурентов в сети Интернет. /Пр/	5	4	ОПК-5 ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1Л3.1 Э1	0	
2.3	Основы поискового маркетинга. Семантическое ядро. Оптимизация поискового трафика на популярных сайтах (теги, метаописания и URL). Привлечение роботов поисковых машин для оптимизации. /Пр/	5	4	ОПК-5 ПК-2	Л1.2Л2.1Л3.1 Э1	0	
2.4	Сегментация аудитории и контента. Куки и пиксели. Оптимизация кампаний с платным трафиком. Генерация трафика на веб-сайт. /Пр/	5	4	ОПК-5 ПК-2	Л1.2Л2.1Л3.1 Э1	0	
2.5	Типы лендингов. Формы создания продающей страницы. Элементы успешных продуктовых страниц. Критерии оценки лендинга. /Пр/	6	8	ОПК-5 ПК-2	Л1.2Л2.1Л3.1 Э1	4	Работа в малых группах
2.6	Социальные сети в интернет-маркетинге (SMM). Методики создания и ведения блога. Правила написания заголовков. Организация аудита блога. Виды постов. Лидеры мнений. /Пр/	6	8	ОПК-5 ПК-2	Л1.2Л2.1Л3.1 Э1	4	Активное слушание
2.7	Е-mail-маркетинг. Типы маркетинговых писем и формирование календаря продвижения. Порядок написания и оформления электронного письма. /Пр/	6	8	ОПК-5 ПК-2	Л1.2Л2.1Л3.1 Э1	4	Игровые методы обучения

2.8	Аналитика и стратегическое управление в цифровой среде. /Пр/	6	8	ОПК-5 ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1Л3.1 Э1	4	Дискуссии
Раздел 3. Самостоятельная работа							
3.1	Подготовка к зачету /Ср/	5	72	ОПК-5 ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1Л3.1 Э1	0	
3.2	Подготовка к курсовой работе /КР/	6	24	ОПК-5 ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1Л3.1 Э1	0	
3.3	Изучение теоретического материала, подготовка к экзамену /Ср/	6	56	ОПК-5 ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1Л3.1 Э1	0	
Раздел 4. Контроль							
4.1	/Экзамен/	6	12	ОПК-5 ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1Л3.1 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	Нетёсова О.Ю.	Информационные системы и технологии в экономике: учеб. пособие для вузов	Москва: Юрайт, 2020,
Л1.2	Сковиков А. Г.	Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция	Санкт-Петербург: Лань, 2022, https://e.lanbook.com/book/189400

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

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	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, http://znanium.com/catalog/document/?pid=1001357&id=359301

6.1.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Багиев Г.Л.	Маркетинг: учебник для бакалавров и специалистов	Санкт-Петербург: Питер, 2012,

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Э1	Онлайн-библиотека SKILLBOX MEDIA [Электронный ресурс]	https://skillbox.ru/media/marketing/
----	---	---

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 XP - Операционная система, лиц. 46107380

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

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

Аудитория	Назначение	Оснащение
2600	Учебная аудитория для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	комплект учебной мебели, доска.
2602	Учебная аудитория для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	комплект учебной мебели, доска.
2604	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа.	комплект учебной мебели, доска.
249	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.

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

Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Для продуктивного изучения дисциплины и успешного прохождения контрольных испытаний (текущих и промежуточных) студенту рекомендуется:

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

- программа дисциплины;
- перечень знаний, умений и навыков, которыми студент должен владеть;
- тематические планы лекций и практических занятий;
- контрольные мероприятия;
- список основной и дополнительной литературы, а также электронных ресурсов;
- перечень вопросов к зачету и экзамену.

Процесс изучения дисциплины нужно построить с учётом следующих важных моментов:

- большой объем дополнительных источников информации;
- широчайший разброс научных концепций, точек зрения и мнений по всем вопросам содержания;
- значительный объем нормативного материала, подлежащий рассмотрению;
- существенно ограниченное количество учебных часов, отведенное на изучение дисциплины.

Получив представление об основном содержании темы, необходимо изучить материал с помощью основной и дополнительной литературы. Обязательно следует записывать возникшие вопросы, на которые не удалось ответить самостоятельно.

Учитывая особенности распределения материала дисциплины, рекомендуется следующая последовательность освоения изучаемых тем:

- студент знакомится с основными понятиями и научными представлениями о принципах и способах решения профессиональных задач. Целесообразно составить краткий конспект или схему, отображающую смысл и связи основных понятий данного раздела и включенных в него тем. Затем, как показывает опыт, полезно изучить выдержки из первоисточников. При желании можно составить их краткий конспект;
- студент изучает содержательные аспекты решения поставленных задач на реальном практическом материале или приближенной к нему моделируемой ситуации.

Успешно освоить дисциплину и создать базу для сдачи зачета и экзамена позволит систематическое выполнение учебных заданий в ходе самостоятельной работы. Самостоятельная работа представляет собой овладение компетенциями, включающими научные знания, практические умения и навыки во всех формах организации обучения, как под руководством преподавателя, так и без него. При этом необходимо целенаправленное управление самостоятельной деятельностью посредством формулировки темы-проблемы, ее уточнения через план или схему, указания основных и дополнительных источников информации, вопросов и заданий для самоконтроля осваиваемых знаний, заданий для развития необходимых компетенций, посещения консультаций преподавателя.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла. Для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме, в

форме электронного документа. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла. Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Проведение учебного процесса может быть организовано 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. Текущий контроль и промежуточная аттестация обучающихся может проводиться с применением ДОТ.

Объем курсовой работы, включая текстовой, табличный и иллюстративный материалы, должен составлять примерно 40-45 страниц машинописного текста. Курсовая работа сшивается в следующей последовательности:

1. Титульный лист
2. Чистый лист для рецензии научного руководителя
3. Содержание (план)
4. Введение
5. Теоретическая часть
6. Аналитическая часть
7. Заключение
8. Список использованных источников
9. Приложения

Все страницы должны быть пронумерованы, начиная с титульного листа (на нём номер страницы не указывается).

Порядковый номер страницы проставляют в центре нижней части листа без точки в конце. Рисунки, графики, таблицы в тексте включаются в общую нумерацию. Каждая глава должна начинаться с новой страницы. Это же требование относится к введению, заключению, списку использованных источников. Цитаты приводятся в тексте в кавычках. К цитатам даются сноски в конце предложения в квадратных скобках, в которых указывается номер источника из списка литературы и страница, которая цитируется (например, [8, с.56]). На цифровые, графические и другие материалы, заимствованные из книг, журналов, газет, также делаются сноски. Эти источники приводятся и в списке использованных источников. В тексте работы не должны применяться сокращения слов, за исключением общепринятых, расшифрованных при первом упоминании.

Например, научно-техническая революция (НТР), а дальше в тексте используется сокращение НТР.

Написанная курсовая работа сдается к указанному сроку руководителю на рецензирование. После проверки руководитель пишет рецензию, подписывает титульный лист и принимает решение о допуске к защите. Для защиты студент готовит краткое сообщение по курсовой работе, ответ на замечания, указанные в рецензии. Руководитель задает вопросы, на которые автор должен дать развернутые ответы. Работа получает оценку руководителя, которая отражается в зачётной книжке. В случае конфликтных ситуаций защита курсовой работы принимается комиссией, состоящей из преподавателей кафедры «Менеджмент», утвержденной заведующим кафедрой.

Оценочные материалы при формировании рабочих программ дисциплин (модулей)

Направление: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в административных и бизнес-процессах

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 экзамена или зачета с оценкой

Достигнутый уровень результата обучения	Характеристика уровня сформированности компетенций	Шкала оценивания
		Экзамен или зачет с оценкой
Низкий уровень	Обучающийся: -обнаружил пробелы в знаниях основного учебно-программного материала; -допустил принципиальные ошибки в выполнении заданий, предусмотренных программой; -не может продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании программы без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	Неудовлетворительно
Пороговый уровень	Обучающийся: -обнаружил знание основного учебно-программного материала в объёме, необходимом для дальнейшей учебной и предстоящей профессиональной деятельности; -справляется с выполнением заданий, предусмотренных программой; -знаком с основной литературой, рекомендованной рабочей программой дисциплины; -допустил неточности в ответе на вопросы и при выполнении заданий по учебно-программному материалу, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.	Удовлетворительно
Повышенный уровень	Обучающийся: - обнаружил полное знание учебно-программного материала; -успешно выполнил задания, предусмотренные программой; -усвоил основную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины; -показал систематический характер знаний учебно-программного материала; -способен к самостоятельному пополнению знаний по учебно-программному материалу и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.	Хорошо

Высокий уровень	Обучающийся: -обнаружил всесторонние, систематические и глубокие знания учебно-программного материала; -умеет свободно выполнять задания, предусмотренные программой; -ознакомился с дополнительной литературой; -усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплин и их значение для приобретения профессии; -проявил творческие способности в понимании учебно-программного материала.	Отлично
-----------------	---	---------

Шкалы оценивания компетенций при сдаче зачета

Достигнутый 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

Шкалы оценивания компетенций при защите курсового проекта/курсовой работы

Достигнутый уровень результата обучения	Характеристика уровня сформированности компетенций	Шкала оценивания
Низкий уровень	Содержание работы не удовлетворяет требованиям, предъявляемым к КР/КП; на защите КР/КП обучающийся не смог обосновать результаты проведенных расчетов (исследований); цель КР/КП не достигнута; структура работы нарушает требования нормативных документов; выводы отсутствуют или не отражают теоретические положения, обсуждаемые в работе; в работе много орфографических ошибок, опечаток и других технических недостатков; язык не соответствует нормам научного стиля речи.	Неудовлетворительно
Пороговый уровень	Содержание работы удовлетворяет требованиям, предъявляемым к КР/КП; на защите КР/КП обучающийся не смог обосновать все результаты проведенных расчетов (исследований); задачи КР/КП решены не в полном объеме, цель не достигнута; структура работы отвечает требованиям нормативных документов; выводы присутствуют, но не полностью отражают теоретические положения, обсуждаемые в работе; в работе присутствуют орфографические ошибки, опечатки; язык соответствует нормам научного стиля речи; при защите КР/КП обучающийся излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; затрудняется или отвечает не правильно на поставленный вопрос.	Удовлетворительно
Повышенный уровень	Содержание работы удовлетворяет требованиям, предъявляемым к КР/КП; на защите КР/КП обучающийся смог обосновать все результаты проведенных расчетов (исследований); задачи КР/КП решены в полном объеме, цель достигнута; структура работы отвечает требованиям нормативных документов; выводы присутствуют, но не полностью отражают теоретические положения, обсуждаемые в работе; в работе практически отсутствуют орфографические ошибки, опечатки; язык соответствует нормам научного стиля речи; при защите КР/КП полно обучающийся излагает материал, дает правильное определение основных понятий; затрудняется или отвечает не правильно на	Хорошо
Высокий	Содержание работы удовлетворяет требованиям, предъявляемым к КР/КП; на защите КР/КП обучающийся смог обосновать все результаты проведенных расчетов (исследований); задачи КР/КП решены в полном объеме, цель достигнута; структура работы отвечает требованиям нормативных документов; выводы присутствуют и полностью отражают теоретические положения, обсуждаемые в работе; в работе отсутствуют орфографические ошибки, опечатки; язык соответствует нормам научного стиля речи; при защите КР/КП обучающийся полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий; четко и грамотно отвечает на вопросы.	Отлично

Описание шкал оценивания

Компетенции обучающегося оценивается 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 самостоятельному 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

Примерный перечень вопросов к зачету

Компетенция (ОПК-5, ПК-2)

1. Понятие интернет-маркетинга. Цели интернет-маркетинга
2. Инструменты интернет-маркетинга. Стратегия интернет-маркетинга и этапы ее создания
3. Цели, задачи и структура службы интернет-маркетинга
4. Поисковая система и ее составляющие
5. Поисковые системы Яндекс и Google и их особенности
6. Поисковая выдача и процесс ее формирования. Понятие апдейта поисковых систем и их

виды

7. Виды санкций поисковых систем
8. Фильтры поисковых систем Яндекс и Google. Причины попадания под фильтры.

Запрещенные методы продвижения

9. Поисковая оптимизация сайта. Понятие внутренней оптимизации сайта.
10. Этапы внутренней оптимизации сайта. Составление семантического ядра.
11. Теги и мета-теги во внутренней оптимизации сайта. Оптимизация контента сайта
12. Понятие внешней оптимизации сайта. Классификация внешних ссылок.
13. Понятие и виды анкера ссылки
14. Доноры и требования предъявляемые к ним. Правила наращивания ссылочной массы
15. Понятие поведенческих факторов и их влияние на поисковую выдачу

Курсовая работа

Компетенция (ОПК-5, ПК-2)

1. Продвижение социальных проектов в сети Интернет
2. Использование инструментов мобильного маркетинга в продвижении бизнеса
3. Вирусный маркетинг и его влияние на продвижение бизнеса в сети
4. Навязчивая реклама как инструмент повышения узнаваемости бренда. Положительные и отрицательные стороны
5. Сравнительный анализ коммерческих и некоммерческих CMS
6. Эффективное продвижение: сайт или страница в социальных сетях
7. Удержание пользователя на сайте: методы и приемы улучшения поведенческих факторов
8. Эффективность прямого маркетинга в сети Интернет
9. Построение эффективной контекстной рекламной кампании в сети Интернет
10. Влияние применения медиаинструментов на привлечение потенциальных пользователей в сети Интернет
11. Развитие платежных онлайн-систем и особенности их применения.
12. Перспективы развития электронной коммерции
13. Сравнительный анализ продвижения в поисковой системе Яндекс и Google
14. Медиапланирование в продвижении интернет-магазина
15. Продвижение некоммерческих организаций в сети Интернет.
16. Особенности продвижения информационного портала
17. Проведение рекламных акций в сети Интернет
18. Особенности раскрутки нового сайта в сети Интернет
19. Оценка эффективности функционирования сайта
20. Совмещение интернет-маркетинга с традиционным маркетингом в продвижении бизнеса
21. Выбор инструментов интернет-маркетинга в зависимости от целей и задач бизнеса
22. Поддержание лояльности клиентов в сети Интернет
23. Перспективы развития интернет-аукционов
24. Оценка эффективности стратегии интернет-маркетинга.
25. Методы привлечения посетителей на сайт в современных условиях развития сети Интернет
26. Методы повышения юзабилити сайта
27. Значение Web-сайта в системе маркетинга предприятия
28. Методы получения данных в сети Интернет для реализации маркетинговой деятельности
29. Организация коммуникативной политики сети Интернет
30. Методы по стимулированию сбыта в сети Интернет
31. Брендинг в сети Интернет
32. Связи с общественностью в сети Интернет
33. Использование возможностей сети Интернет в организации маркетинговой деятельности на предприятии
34. Создание продающего видео-контента и управление официальными видео-каналами на youtube.
35. Организация маркетинговой деятельности в сети Интернет.
36. Использование тестирования и инструментов онлайн-анализа в визуальной оптимизации сайта
37. Продающий контент сайта как условие успешного ведения бизнеса
38. Современные тенденции в развитии интернет-маркетинга и их применение
39. Продвижение малобюджетных проектов в сети Интернет
40. Редизайн сайта как необходимое условие его успешного продвижения.
41. Реклама как способ заработка в сети Интернет
42. Построение эффективной стратегии продвижения услуг в сети Интернет
43. Методы повышения узнаваемости бренда в сети Интернет и результаты их применения
44. Особенности организации оптовой торговли в сети Интернет
45. Построение эффективной системы коммуникаций с постоянными покупателями и заказчиками в сети Интернет
46. Продвижение учреждений образования и образовательных услуг в сети Интернет
47. Применение методов партизанского маркетинга для продвижения бренда в сети Интернет

Примерный перечень вопросов к экзамену

Компетенция (ОПК-5, ПК-2)

1. Понятие интернет-маркетинга. Цели интернет-маркетинга
2. Инструменты интернет-маркетинга. Стратегия интернет-маркетинга и этапы ее создания
3. Цели, задачи и структура службы интернет-маркетинга
4. Поисковая система и ее составляющие
5. Поисковые системы Яндекс и Google и их особенности
6. Поисковая выдача и процесс ее формирования. Понятие апдейта поисковых систем и их

виды

7. Виды санкций поисковых систем
8. Фильтры поисковых систем Яндекс и Google. Причины попадания под фильтры.

Запрещенные методы продвижения

9. Поисковая оптимизация сайта. Понятие внутренней оптимизации сайта.
10. Этапы внутренней оптимизации сайта. Составление семантического ядра.
11. Теги и мета-теги во внутренней оптимизации сайта. Оптимизация контента сайта
12. Понятие внешней оптимизации сайта. Классификация внешних ссылок.
13. Понятие и виды анкора ссылки
14. Доноры и требования предъявляемые к ним. Правила наращивания ссылочной массы
15. Понятие поведенческих факторов и их влияние на поисковую выдачу
16. Основные поведенческие показатели ранжирования
17. Правила визуальной оптимизации сайта. Наполнение сайта как фактор удержания

пользователей на сайте

18. Влияние юзабилити сайта на поведенческие факторы пользователей
19. Понятие медиапланирования в сети интернет. Этапы медиапланирования.
20. Выбор формата и места размещения медиарекламы. Оценка эффективности медиарекламы
21. Понятие контекстной рекламы. Места размещения контекстной рекламы. Преимущества контекстной рекламы. Этапы построения контекстной рекламной кампании и оценка ее эффективности
22. Понятие SSM. Выбор социальной площадки в зависимости от целей продвижения
23. Оценка эффективности продвижения в социальных сетях
24. Вирусный маркетинг и вирусная кампания в сети Интернет. Этапы создания вирусной

рекламной кампании

25. Формы прямого маркетинга в сети Интернет. E-mail рассылка
26. Методы получения e-mail адресов. Правила составления удачного e-mail письма. Проблемы

прямого маркетинга в сети Интернет

27. Понятие веб-аналитики и веб-статистики. Бизнес-решения, принимаемые с помощью данных веб-аналитики

Google Analytics и Яндекс.Метрика

28. Данные, предоставляемые веб-аналитикой. Основные инструменты веб-аналитики -
29. Основные понятия и термины сети. История развития сети Интернет.
30. Структура сети Интернет
31. Основные принципы построения сети Интернет. Службы сети Интернет.
32. Понятие WWW и история развития. Принципы WWW
33. История развития браузеров. Концептуальные основы Web
34. Понятие веб-сайта. Классификация веб-сайтов. Этапы разработки веб-сайта
35. Компоненты веб-сайта и их назначение
36. Коммерческие и некоммерческие системы управления сайтом
37. Виды коммуникаций в сети Интернет
38. Роль веб-сайта в системе коммуникаций в сети Интернет
39. Использование компонентов сайта в зависимости от типа коммуникации с пользователем
40. Понятие и правила юзабилити. Критерии оценки юзабилити
41. Анализ юзабилити сайта. Методы анализа юзабилити сайта
42. Понятие и этапы развития электронного бизнеса
43. Определение электронной коммерции. Предпосылки развития электронной коммерции.

Формы электронной коммерции

44. Отличительные особенности бизнеспроцессов в электронной коммерции.
45. Электронные торговые площадки и их риски
46. Понятие модели B2C и ее структурные элементы, классификация систем сектора B2C
47. Интернет-магазин как основная модель B2C. Варианты организации и открытия интернет-

магазина

48. Классификаций потребителей по типам поведения и мотивации к совершению покупки.
49. Понятие и назначение моделей C2C, G2C, G2B в электронной коммерции. Принципы

построения систем электронной торговли

50. Понятие платежной электронной системы. Виды платежных систем в интернете
51. Схемы реализации электронных платежей
52. Классификация платежных систем в сети Интернет по степени их безопасности
53. Система Интернет-эквайринга WEBPAY
54. Системы электронных денег и их особенности
55. Составляющие безопасности электронной коммерции. Принципы информационной

безопасности

56. История развития мобильного интернета. Развитие мобильных приложений
57. Рынок мобильных приложений. Технологии мобильного интернета.

58. Понятие мобильного маркетинга
59. Преимущества и недостатки мобильного маркетинга
60. Применение инструментов мобильного маркетинга в бизнесе
61. Понятие мобильной коммерции. Направления развития мобильной коммерции. Особенности и преимущества мобильной коммерции
62. Виды мобильных платежей. Микроплатежи. Бесконтактные платежи NFC

Образец экзаменационного билета

Дальневосточный государственный университет путей сообщения		
Кафедра (к302) Менеджмент 6 семестр, 2025-2026	Экзаменационный билет № Интернет-маркетинг Направление: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в административных и бизнес- процессах	Утверждаю» Зав. кафедрой Третьяк С.Н., канд. экон. наук, доцент 21.01.2025 г.
Вопрос Применение инструментов мобильного маркетинга в бизнесе (ОПК-5,ПК-2)		
Вопрос Использование компонентов сайта в зависимости от типа коммуникации с пользователем (ОПК-5,ПК-2)		
Задача (задание) Структура сети Интернет (ОПК-5,ПК-2)		

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

3. Тестовые задания. Оценка по результатам тестирования.

Задание 1 (ОПК-5, ПК-2)

Для сбора сведений о целевой аудитории в Интернет или в случае, когда необходимо срочно провести небольшое маркетинговое исследование, можно использовать:

- а) сервисы онлайн-опросов;
- б) кабинетное исследование;
- в) SEO.

Задание 2 (ОПК-5, ПК-2)

Бриф – это:

- а) один из методов опроса;
- б) документ, в котором заказчик описывает цели проекта, требования к нему и ожидаемый результат;
- в) метод проведения маркетингового исследования.

Задание 3 (ОПК-5, ПК-2)

Как называется автоматический поиск целевой аудитории в социальных сетях:

- а) каталоги;
- б) парсинг целевой аудитории;
- в) онлайн-опросы.

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 балльной 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.	1. 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.

Оценка ответа обучающегося при защите курсовой работы/курсового проекта

Элементы оценивания	Содержание шкалы оценивания			
	Неудовлетворитель	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Соответствие содержания КР/КП методике расчета (исследования)	Полное несоответствие содержания КР/КП поставленным целям или их отсутствие.	Значительные погрешности.	Незначительные погрешности.	Полное соответствие.

Качество обзора литературы	Недостаточный анализ.	Отечественная литература.	Современная отечественная литература.	Новая отечественная и зарубежная литература.
Творческий характер КР/КП, степень самостоятельности в разработке	Работа в значительной степени не является самостоятельной.	В значительной степени в работе использованы выводы, выдержки из других авторов без ссылок на них.	В ряде случаев отсутствуют ссылки на источник информации.	Полное соответствие критерию.
Использование современных информационных технологий	Современные информационные технологии, вычислительная техника не были использованы.	Современные информационные технологии, вычислительная техника использованы слабо. Допущены серьезные ошибки в расчетах.	Имеют место небольшие погрешности в использовании современных информационных технологий, вычислительной техники.	Полное соответствие критерию.
Качество графического материала в КР/КП	Не раскрывают смысл работы, небрежно оформлено, с большими отклонениями от требований ГОСТ, ЕСКД и др.	Не полностью раскрывают смысл, есть существенные погрешности в оформлении.	Не полностью раскрывают смысл, есть погрешность в оформлении.	Полностью раскрывают смысл и отвечают ГОСТ, ЕСКД и др.
Грамотность изложения текста КР/КП	Много стилистических и грамматических ошибок.	Есть отдельные грамматические и стилистические ошибки.	Есть отдельные грамматические ошибки.	Текст КР/КП читается легко, ошибки отсутствуют.
Соответствие требованиям, предъявляемым к оформлению КР/КП	Полное не выполнение требований, предъявляемых к оформлению.	Требования, предъявляемые к оформлению КР/КП, нарушены.	Допущены незначительные погрешности в оформлении КР/КП.	КР/КП соответствует всем предъявленным требованиям.
Качество доклада	В докладе не раскрыта тема КР/КП, нарушен регламент.	Не соблюден регламент, недостаточно раскрыта тема КР/КП.	Есть ошибки в регламенте и использовании чертежей.	Соблюдение времени, полное раскрытие темы КР/КП.
Качество ответов на вопросы	Не может ответить на дополнительные вопросы.	Знание основного материала.	Высокая эрудиция, нет существенных ошибок.	Ответы точные, высокий уровень эрудиции.

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