

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»
(КГУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА И ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА

Направление подготовки/ специальность:
29.03.04 Технология художественной обработки материалов

Направленность/ специализация:
Современные технологии ювелирно-художественных производств

Квалификация выпускника: **бакалавр**

**Кострома
2022**

Рабочая программа дисциплины Основы интернет-маркетинга и продвижения товара разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 29.03.04 Технология художественной обработки материалов, Приказ Минобрнауки России от 22.09.2017 г. № 961.

Разработал: Шорохов Сергей Александрович, заведующий кафедрой Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования, искусств и технического сервиса, к.т.н., доцент

Рецензент: Тихонова Екатерина Юрьевна, доцент кафедры Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования, искусств и технического сервиса, к.т.н., доцент

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:

Заведующий кафедрой Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования, искусств и технического сервиса:

Шорохов Сергей Александрович, к.т.н., доцент

Протокол заседания кафедры №10 от 10 июня 2022 г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования, искусств и технического сервиса:

Протокол заседания кафедры №9 от 31 мая 2023 г.

Шорохов Сергей Александрович, к.т.н., доцент

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины:

Формирование у студентов знаний, умений и навыков применения онлайн технологий и инструментов продвижения товаров, использования методов интернет-рекламы, ее инструментария при работе на различных сегментах рынка.

Задачи дисциплины:

- познакомить студентов с задачами маркетинга, успешно решаемыми посредством интернета;
- раскрытие сущности интернет маркетинга и особенностей применения его инструментов;
- развитие способностей в области маркетингового и креативного мышления, умений идентификации проблем торговых организаций в области коммуникаций и их решения с помощью выбранных инструментов онлайн продвижения;
- познакомить с видами и технологиями рекламы в интернете;
- научить основам анализа корпоративных сайтов и разработки мер по их совершенствованию в целях маркетинга;
- обучение приемам и методам формирования и использования информационных ресурсов в маркетинговой деятельности предприятия;
- формирование основных навыков подготовки и анализа маркетинговых решений в области продвижения продукции.

Дисциплина направлена на профессионально-трудовое воспитание обучающихся посредством содержания дисциплины и актуальных технологий.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

освоить компетенции:

КС-42 Способность представлять результаты своей профессиональной деятельности, используя современные и цифровые технологии.

Код и содержание индикаторов компетенций:

КС-42.1 Знать основные принципы представления результатов своей профессиональной деятельности.

КС-42.2 Уметь осуществлять выбор способов представления результатов своей профессиональной деятельности с использованием современных и цифровых технологий.

КС-42.3 Владеть навыками представления результатов с использованием современных и цифровых технологий с учетом специфики сферы профессиональной деятельности.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины:

знать:

42.1.1 Знает основные принципы и современные технологии представления результатов своей деятельности в области интернет-маркетинга и продвижения товара.

уметь:

42.2.1 Умеет применять основные принципы и современные технологии представления результатов своей деятельности в области интернет-маркетинга и продвижения товара.

владеть:

42.3.1 Владеет навыками применения современных технологий представления результатов своей деятельности в области интернет-маркетинга и продвижения товара.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к элективным дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) учебного плана. Изучается в 7 семестре очной формы обучения.

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах: Цифровая эконо-

мика и финансовая грамотность, Маркетинговая деятельность и бизнес-планирование, Проектирование, конструирование и изготовление объектов с использованием традиционных и цифровых технологий, Графические пакеты программ в дизайне ювелирно-художественных изделий.

Изучение данной дисциплины позволяет расширить компетентностный профиль обучающихся и способствует успешному освоению последующих дисциплин и практик: Основы производственного мастерства, 2D и 3D моделирование художественных изделий; Производственная практика: Технологическая (проектно-технологическая) практика, а также успешному выполнению и защите выпускной квалификационной работы.

4. Объём дисциплины

4.1. Объём дисциплины в зачётных единицах с указанием академических часов и виды учебной работы

Виды учебной работы	Очная форма	
	Всего	7 семестр
Общая трудоёмкость в зачётных единицах	3	3
Общая трудоёмкость в часах	108	108
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	32	32
Лекции	24	24
Практические занятия	8	8
Лабораторные занятия	–	–
Практическая подготовка	–	–
ИКР	0,25	0,25
Самостоятельная работа в часах	75,75	75,75
Форма промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

4.2. Объём контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма	
	Всего	7 семестр
Лекции	24	24
Практические занятия	8	8
Лабораторные занятия	–	–
Консультации	–	–
Зачет/зачеты	0,25	0,25
Экзамен/экзамены	–	–
Курсовые работы	–	–
Курсовые проекты	–	–
Практическая подготовка	–	–
Всего	32,25	32,25

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

5.1. Тематический план учебной дисциплины

№	Название раздела, темы	Всего з.е./ час	Аудиторные занятия			ИКР	Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.		
<i>Семестр 7</i>							
1.	Теоретические основы маркетинга и маркетинговых ис-						

	следований.						
1.1	Понятие, сущность и принципы маркетинга и интернет-маркетинга.	7,3	1	1	–	–	5,3
1.2	Особенности интернет-маркетинга.	6,9	1	0,5	–	–	5,4
1.3	Маркетинговые исследования в сети Интернет.	7,9	2	0,5	–	–	5,4
2.	Основы Интернет-маркетинга.						
2.1	Базовые понятия и принципы интернет-маркетинга.	7,9	2	0,5	–	–	5,4
2.2	Сегментирование рынка и позиционирование.	7,9	2	0,5	–	–	5,4
2.3	Целевые группы потребителей.	7,9	2	0,5	–	–	5,4
2.4	Инструменты интернет-маркетинга.	7,9	2	0,5	–	–	5,4
3	Продвижение товаров в сети Интернет.						
3.1	Создание сайта с использованием конструкторов.	10,4	4	1	–	–	5,4
3.2	Социальные сети. Порталы. Блоги.	8,9	3	0,5	–	–	5,4
3.3	Контекстная реклама.	6,9	1	0,5	–	–	5,4
4	Интернет-реклама.						
4.1	Виды рекламы в сети Интернет.	6,9	1	0,5	–	–	5,4
4.2	E-mail-маркетинг.	6,9	1	0,5	–	–	5,4
4.3	Интернет-брендинг.	6,9	1	0,5	–	–	5,4
4.4	Оценка эффективности интернет-рекламы.	6,9	1	0,5	–	–	5,4
	Зачет.	0,5	–	–	–	0,25	0,25
	Итого за семестр 7	3/108	24	8	–	0,25	75,75

5.2. Содержание дисциплины

1. Теоретические основы маркетинга и маркетинговых исследований.

1.1. Понятие, сущность и принципы маркетинга и интернет-маркетинга. Цели и задачи интернет-маркетинга.

1.2. Особенности интернет-маркетинга. Преимущества и недостатки интернет-маркетинга. Сравнительная характеристика традиционных каналов и интернет-маркетинга.

1.3. Маркетинговые исследования в сети Интернет. Процедура маркетинговых исследований. Интернет-опросы. Мониторинг сайтов и социальных сетей. Адаптация товаров и услуг для реализации через Интернет.

2. Основы Интернет-маркетинга.

2.1. Базовые понятия и принципы интернет-маркетинга. Цели, задачи и стратегия в интернет-маркетинге.

2.2. Сегментирование рынка и позиционирование. Понятие сегментирования и позиционирования. Уровни сегментирования рынков. Принципы сегментирования рынков. Виды сегментации. Позиционирование товаров.

2.3. Целевые группы потребителей. Понятие. Способы выявления целевой аудитории. Особенности выбора целевых групп потребителей.

2.4. Инструменты интернет-маркетинга. Веб-сайт. Контент-маркетинг. SEO-маркетинг. Интернет-реклама. Социальные сети. Индивидуальная E-mail-рассылка. Вирусная реклама. Партнерский маркетинг.

3. Продвижение товаров в сети Интернет. Особенности продвижения товаров (услуг) в сети Интернет.

3.1. Создание сайта с использованием конструкторов. Принципы создания сайта для успешного продвижения товара или услуги.

3.2. Социальные сети. Порталы. Блоги

3.3. Контекстная реклама. Понятие. Особенности создания и размещения.

4. Интернет-реклама

4.1. Виды рекламы в сети Интернет. Особенности проведения интернет-рекламы.

4.2. E-mail-маркетинг. Понятие. Особенности проведения.

4.3. Интернет-брендинг. Понятие. Особенности создания и продвижения нового или существующего бренда товара в сети Интернет.

4.4. Оценка эффективности интернет-рекламы. Приемы оценки эффективности интернет-рекламы. Особенности измерения эффективности интернет-рекламы. Системы веб-аналитики.

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Рекомендуемая литература	Форма контроля
<i>Семестр 7</i>					
1.	Теоретические основы маркетинга и маркетинговых исследований.	Виды маркетинговых исследований. Способы определения эффективного вида маркетингового исследования.	16,1	[1, 2, 6]	Презентация с докладом, защита практической работы
2.	Основы Интернет-маркетинга.	Принципы разработки стратегии интернет-маркетинга и определение сегмента рынка, целевой аудитории и позиционирования товаров.	21,6	[3, 4, 7]	Презентация с докладом, защита практической работы
3.	Продвижение товаров в сети Интернет.	Анализ технологических платформ для создания сайта.	16,2	[4, 5, 8]	Презентация с докладом, защита практической работы
4.	Интернет-реклама.	Принципы написания рекламных материалов для привлечения клиентов. Анализ систем веб-аналитики.	21,6	[1, 9, 10]	Презентация с докладом, защита практической работы
	Зачет.	Повторение изученного материала.	0,25	[1 – 10]	Тестирование
	ИТОГО:		75,75		

6.2. Тематика и задания для практических занятий

1. Теоретические основы маркетинга и маркетинговых исследований.

Задание:

Разработка маркетингового исследования по выбранной теме. Обоснование выбора вида маркетингового исследования.

2. Основы интернет-маркетинга.

Задание:

Разработка стратегии интернет-маркетинга для выбранной темы. Определение сегмента рынка, целевой аудитории и позиционирования товара.

3. Продвижение товаров в сети Интернет.

Задание:

Создание сайта с помощью конструктора по выбранной теме. Разработка концепции рекламной кампании.

4. Интернет-реклама.

Задание:

Разработка рекламных материалов по выбранной теме. Ознакомление с системами веб-аналитики и обоснованные выводы по системам веб-аналитики.

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

№ п/п	Наименование	Количество/ ссылка на электронный ресурс
<i>а) основная</i>		
1	Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга : учебник / Ю. Н. Егоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 292 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-017381-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1074173	https://znanium.com/catalog/document?id=389631
2	Резник, Г. А. Маркетинг : учебное пособие / Г.А. Резник. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 199 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1242303. - ISBN 978-5-16-016830-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1903657	https://znanium.com/catalog/document?id=417786
3	Юрасов, А. В. Интернет-маркетинг / А.В. Юрасов, А.В. Иванов; Под ред. А.В. Юрасова. - Москва : Гор. линия-Телеком, 2012. - 246 с.: ил.; . ISBN 978-5-9912-0165-0, 1000 экз. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/353682	https://znanium.com/catalog/document?id=47165
4	Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 352 с. - ISBN 978-5-394-02474-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1091183	https://znanium.com/catalog/document?id=358148
5	Ветцель, К. Я. Интернет-маркетинг : учебное пособие / К. Я. Ветцель. - Красноярск :Сиб. федер. ун-т, 2018. - 176 с. - ISBN 978-5-7638-4010-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1818952 (дата обращения: 06.11.2022)	https://znanium.com/catalog/document?id=380323
<i>б) дополнительная</i>		
6	Дурович, А. П. Основы маркетинга : учебное пособие / А. П. Дурович. - Минск : РИПО, 2021. - 291 с. - ISBN 978-985-7253-58-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1854606	https://znanium.com/catalog/document?id=390823
7	Старков, А. Н. Интернет-маркетинг и реклама : учебное пособие / А. Н. Старков, Е. В. Сторожева. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 64 с. - ISBN 978-5-9765-3698-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1860035	https://znanium.com/catalog/document?id=393131

8	Андросов, Н. Интернет-маркетинг на 100 % : практическое руководство / Н. Андросов, И. Ворошилова, В. Долгов [и др.] ; под. ред. С. Сухова. - Санкт-Петербург : Питер, 2015. - 240 с. - ISBN 978-5-496-01374-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1817669	https://znanium.com/catalog/document?id=380066
9	Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О.В. Китовой. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/textbook_5a0a8c777462e8.90172645. - ISBN 978-5-16-013017-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1917620	https://znanium.com/catalog/document?id=420862
10	Продвижение порталов и интернет-магазинов : практическое руководство / Л. О. Гроховский, И. О. Севостьянов, Д. В. Иванов, Ф. А. Фиронов. - Санкт-Петербург : Питер, 2014. - 224 с. - ISBN 978-5-496-00736-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1766609	https://znanium.com/catalog/document?id=378956

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Информация о курсе дисциплины в СДО:

- Элемент «Лекции»;
- Элемент «Практические занятия»;
- Элемент «Самостоятельная работа»;
- Элемент «Список рекомендуемой литературы»;
- Элемент «Промежуточная аттестация»;
- Элемент «Обратная связь с обучающимися».

Информационно-образовательные ресурсы:

Библиотека ГОСТов. Все ГОСТы, [Электронный ресурс], URL:<http://vsegost.com/>

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС Университетская библиотека онлайн – <http://biblioclub.ru>
2. ЭБС «ZNANIUM.COM» <http://znanium.com>

9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебный корпус Ж, ауд. 202 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Рабочие места студентов: стол – 15 шт., стулья – 30 шт. Рабочее место преподавателя: стол – 1 шт., стул – 1 шт. Доска меловая – 1 шт. <u>Наглядные материалы:</u> Витраж – 2 шт., Стенд с остеклением – 2 шт., Стенд – 4 шт. <u>Технические средства обучения:</u> Проек. Epson EMP-1715 – 1 шт., Телев. LG20F – 1 шт.,	Microsoft Windows XP Professional, версия 2002 ServicePack3 76456-642-8256356-23551 915 лицензий.

	Кронштейн KROMAX потолочный – 1 шт., Видеоплеер LG W182W – 1 шт., <u>Экран CLAS-RATE – 1 шт.</u>	
Учебный корпус Ж, ауд. 203 Коворкинг-центр	Рабочие места студентов: стол – 25 шт., стулья – 27 шт. Рабочее место преподавателя: стол – 1 шт., стул – 1 шт. <u>Технические средства обучения:</u> Проек. BENQ W1070 – 1 шт., Экран на штативе APOLLO-T – 1 шт.	Microsoft Windows XP Professional, версия 2002 ServicePack3 76456-642-8256356-23551 915 лицензий.
Учебный корпус Ж, ауд. 212 Компьютерный класс 3D моделирования	Рабочие места студентов: стол – 24 шт., стулья – 24 шт. Рабочее место преподавателя: стол – 1 шт., стул – 1 шт. <u>Оборудование для проведения занятий:</u> Блок систем. i5-7500 – 25 шт., Монит. Samsung 23.6” – 25 шт. <u>Технические средства обучения:</u> Проектор BenQ – 1 шт., Экран – 1 шт., Планшет для рисования Wacom – 25 шт.	Microsoft Windows 7 Pro 64-Bit6 6.1.7601 Strvice Pack 1 Сборка 7601 Код продукта 55041-033-0743527-86704 (25 лицензий); PHSP & PREM Elements (65273439) Certificate Number 15982463 (25 лицензий); License Certificate v100716 Autodesk Education Master Suite 2013; English, International, Autodesk 3ds Max 2018, Serial License 393-13617573 (25 лицензий); CoreIDRAW Graphics Suite 2017 Education Lic (5-50). Номер лицензии 254926 (25 лицензий); Rhinoceros 5 for Windows Commercial License Key: RH50-JQG2-18Q0-G9A2-01R0-1R39 (25 лицензий); КОМПАС-3D LT V12/учебный комплект. Ключ HASP на 50 лицензий, Key ID: 90413211 (50 лицензий); Blender 2.79.0 7AA4464B-AA1C-4B37-BF48-1C090A422145; COMODO Antivirus A3F08E42-E4FF-43A2-87A188AAF0E22BDB; Wacom Tablet Driver 2.1.0.7; LibreOffice 5.4.4.2.