

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА И ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА

Направление подготовки 19.03.04. – «Технология продукции и организация
общественного питания»

Направленность – «Ресторанное дело»

Квалификация выпускника:

бакалавр

Кострома 2023

Рабочая программа дисциплины «*Основы интернет-маркетинга и продвижения товара*» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 19.03.04. – «Технология продукции и организация общественного питания», утвержденным приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 17.08.2020 № 1047

- в соответствии с учебным планом направления подготовки 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания, направленность Ресторанное дело.

Разработал: Шорохов С.А., заведующий кафедрой «Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования, искусств и технического сервиса», к.т.н., доцент.

Рецензенты:

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

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Протокол заседания кафедры № 13 от 11.06.2021 г.

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Протокол заседания кафедры № 8 от 18.03.2022г.

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА

На заседании кафедры ДТМиЭПТ

Протокол заседания кафедры № 9 от 03.04.2023 г.

Заведующий кафедрой Дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Иванова О.В., 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;
- реализация научно-образовательного воспитания, направленного на формирование исследовательского и критического мышления, мотивации к научно-исследовательской деятельности.

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 компетенции:

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

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

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

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 блоку дисциплин, формируемых образовательной организацией, к дисциплинам по выбору, изучается в соответствии с учебным планом направления, для очной и заочной форм обучения в 7 семестре (4 курс).

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах: Цифровая экономика и финансовая грамотность, Цифровая экономика ведения бизнеса, Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания, Маркетинговая деятельность и бизнес-планирование.

Изучение данной дисциплины позволяет расширить компетентностный профиль обучающихся при изучении следующих дисциплин: Продвижение и конкурентоспособность предприятий, Фирменный стиль, эстетика и дизайн интерьера и продукции, Проектная деятельность, а также способствует успешному выполнению выпускной квалификационной работы и дальнейшему использованию полученных навыков.

4. Объем дисциплины

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

Виды учебной работы	7 семестр	
	Очная форма	Заочная форма
Общая трудоёмкость в зачётных единицах	3	3
Общая трудоёмкость в часах	108	108
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	32	8
Лекции	24	6
Практические занятия	8	2
Лабораторные занятия	–	–
Практическая подготовка	–	–
ИКР	0,25	0,25
Самостоятельная работа в часах + контроль	75,75	95,75+4
Форма промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

4.2. Объём контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	7 семестр	
	Очная форма	Заочная форма
Лекции	24	6
Практические занятия	8	2
Лабораторные занятия	–	–
Консультации	–	–
Зачет/зачеты	0,25	0,25
Экзамен/экзамены	–	–
Курсовые работы	–	–
Курсовые проекты	–	–
Практическая подготовка	–	–
Всего	32,25	8,25

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

5.1 Тематический план учебной дисциплины

Для очной формы обучения

№	Название раздела, темы	Всего, час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1.	Теоретические основы маркетинга и маркетинговых исследований	22,1	4	2		16,1
1.1.	Понятие, сущность и принципы маркетинга и интернет-маркетинга	6,3	1			5,3
1.2.	Особенности интернет-маркетинга	7,4	2			5,4
1.3.	Маркетинговые исследования в сети Интернет	7,4	2			5,4
2.	Основы Интернет-маркетинга	31,6	8	2		21,6
2.1.	Базовые понятия и принципы интернет-маркетинга	7,4	2			5,4
2.2.	Сегментирование рынка и позиционирование	7,4	2			5,4
2.3.	Целевые группы потребителей.	7,4	2			5,4
2.4.	Инструменты интернет-маркетинга	7,4	2			5,4
3	Продвижение товаров в сети Интернет	26,2	8	2		16,2
3.1.	Создание сайта с использованием конструкторов	9,4	4			5,4
3.2.	Социальные сети. Порталы. Блоги	8,4	3			5,4
3.3.	Контекстная реклама	6,4	1			5,4
4	Интернет-реклама	27,6	4	2		21,6
4.1.	Виды рекламы в сети Интернет	6,4	1			5,4
4.2.	E-mail-маркетинг	6,4	1			5,4
4.3.	Интернет-брендинг	6,4	1			5,4
4.4.	Оценка эффективности интернет-рекламы	6,4	1			5,4
	Итого:	107,25	24	8		75,75
	ИКР	0,25				
	Всего	108				

Для заочной формы обучения

№	Название раздела, темы	Всего, час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	

1.	Теоретические основы маркетинга и маркетинговых исследований	16	1	-		15
1.1.	Понятие, сущность и принципы маркетинга и интернет-маркетинга	6	1	-		5
1.2.	Особенности интернет-маркетинга	5	-	-		5
1.3.	Маркетинговые исследования в сети Интернет	5	-	-		5
2.	Основы Интернет-маркетинга	25	1	-		24
2.1.	Базовые понятия и принципы интернет-маркетинга	6,5	0,5	-		6
2.2.	Сегментирование рынка и позиционирование	6,5	0,5	-		6
2.3.	Целевые группы потребителей.	6,5	0,5	-		6
2.4.	Инструменты интернет-маркетинга	6,5	0,5	-		6
3	Продвижение товаров в сети Интернет	27,75	2	1		24,75
3.1.	Создание сайта с использованием конструкторов	9,75	1	-		8,75
3.2.	Социальные сети. Порталы. Блоги	8,5	0,5	-		8
3.3.	Контекстная реклама	8,5	0,5	-		8
4	Интернет-реклама	34	2	-		32
4.1.	Виды рекламы в сети Интернет	8,5	0,5	-		8
4.2.	E-mail-маркетинг	8,5	0,5	-		8
4.3.	Интернет-брендинг	8,5	0,5	-		8
4.4.	Оценка эффективности интернет-рекламы	8,5	0,5	-		8
	Итого:	103,75	6	2	-	95,75
	ИКР	0,25				
	Контроль	4				
	Всего	108				

5.2. Содержание:

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 (модулю)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы		Методические рекомендации по выполнению задания (при необходимости)	Форма контроля
			очная	заочная		
1.	Теоретические основы маркетинга и маркетинговых исследований	Виды маркетинговых исследований. Способы определения эффективного вида маркетингового исследования	16,1	15	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	24	3,4,7	Презентация с докладом, защита практической работы
3.	Продвижение товаров в сети Интернет	Анализ технологических платформ для создания сайта.	16,2	24,75	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	32	1,9,10	Презентация с докладом, защита практической работы

Зачет (ИКР)		0,25	0,25		Тестирование
-------------	--	------	------	--	--------------

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.

6.3. Тематика и задания для лабораторных занятий

Не предусмотрено

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

№	Наименование	Количество книг
<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=38963 1
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=41778 6
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. —	https://znanium.com/catalog/document?id=35814 8

	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	
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=38032 <u>3</u>
<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=39082 <u>3</u>
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=39313 <u>1</u>
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=38006 <u>6</u>
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=42086 <u>2</u>
10	Продвижение порталов и интернет-магазинов : практическое руководство / Л. О. Гроховский, И. О. Севостьянов, Д. В. Иванов, Ф. А. Фионов. - 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=37895 <u>6</u>

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

Информация о курсе дисциплины в СДО:
 Элемент «Лекции» (при наличии);
 Элемент «Практические занятия», «Лабораторные занятия», «Курсовое проектирование», пр. (при наличии);
 Элемент «Самостоятельная работа»;
 Элемент «Список рекомендуемой литературы»;

Элемент «Промежуточная аттестация»;
 Элемент «Обратная связь с обучающимися».

Информационно-образовательные ресурсы:

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

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС Университетская библиотека онлайн - <http://biblioclub.ru>
2. ЭБС «Лань» <https://e.lanbook.com>
3. 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
Лекционная аудитория Ж-202	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 со остеклением – 2 шт., Стенд – 4 шт. <u>Технические средства обучения:</u> Проек. Epson EMP-1715 – 1 шт., Телев. LG20F – 1шт., Кронштейн KROMAX потолочный – 1 шт., Видеоплеер LG W182W – 1 шт., Экран CLA2S-RATE – 1 шт.	Microsoft Windows XP Professional, версия 2002 ServicePack3 76456-642-8256356-23551 915 лицензий.
Коворкинг-центр, Ж-203	Общее количество посадочных мест - 60. 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.
Аудитория Ж-212	Рабочие места студентов: стол – 24 шт., стулья – 24 шт. Рабочее место преподавателя: стол – 1 шт., стул – 1 шт. Оборудование для проведения занятий: Блок систем. i5-7500 – 25 шт.,	Microsoft Windows 7 Pro 64-Bit 6.1.7601 Strvice Pack 1 Сборка 7601 Код продукта 55041-033-0743527-86704 (25 лицензий); PHSP & PREM Elements (65273439) Certificate Number 15982463

	<p>Монит. Samsung 23.6” – 25 шт. Технические средства обучения: Проектор BenQ – 1 шт., Экран – 1 шт. Планшет для рисования Wacom (410134001233, 410134001209, 410134001210, 410134001211, 410134001212, 410134001213 410134001214, 410134001215 410134001216, 410134001217 410134001218, 410134001219 410134001220, 410134001221 410134001222, 410134001223 410134001224, 410134001225 410134001226, 410134001227 410134001228, 410134001229 410134001230, 410134001231 410134001232)</p>	<p>(25 лицензий); License Certificate v100716 Autodesk Education Master Suite 2013; English, Internationa, Autodesk 3ds Max 2018, Serial License 393-13617573 (25 лицензий); CorelDRAW 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.</p>
--	--	---