



УТВЕРЖДЕНО

на заседании Ученого совета

ОУП ВО «АТиСО»

16 декабря 2025 г., протокол № 17

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

**Направление/специальность подготовки
38.05.01 Экономическая безопасность**

**Специализация/профиль/программа подготовки
Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности**

**Уровень высшего образования
Специалитет**

**Москва
2025**

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование следующих универсальных компетенций и индикаторы их достижения

Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижений универсальной компетенции
УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.1 Знает базовых принципов функционирования экономики и экономического развития, целей и форм участия государства в экономике. УК-10.2 Умеет применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей. УК-10.3 Владеет навыками применения финансовых инструментов для управления личными финансами, контроля собственных экономических и финансовых рисков.

Формированию компетенций служит достижение следующих результатов образования:

знания:

действующее законодательство, регламентирующее маркетинговую деятельность предприятия в Интернет;

умения:

теоретические основы обоснования маркетинговых решений в интернете;

навыки:

анализа в интернете альтернативных инвестиционных маркетинговых проектов и методов оценки их эффективности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина **ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ** относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана, программы подготовки по направлению *38.05.01 Экономическая безопасность*.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч.

3.1. Содержание (дидактика) дисциплины

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа студентов	УК-10 Формируемая компетенция	%
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия			
2	4	Раздел 1. Структура и состав информационной системы маркетинга. Маркетинг как объект управления. Информационное обеспечение в систем управления маркетингом. Управление взаимоотношениями с потребителем (CRM).	28	8	4	4	20	25	
2	4	Раздел 2. Функциональное назначение и ресурсы Интернет. Технология интернет в маркетинге. Электронная коммерция. Бизнес в интернет-пространстве.	28	8	4	4	20	25	

2	4	Раздел 3. Стратегия планирования в интернет-маркетинге. Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет. Поисковое продвижение сайта в Интернет.	22	8	4	4	14	25
2	4	Раздел 4. Маркетинговая стратегия в сети Интернет. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет: анализ спроса, анализ конкурентной среды. Факторы издержек при использовании электронной коммерции.	30	10	5	5	20	25
Всего за 5 семестр			108	34	17	17	74	100
Всего по дисциплине			108	34	17	17	74	100

3.2. Аудиторный практикум

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Тема практического занятия	Объем, ауд. часов
1	Раздел 1. Структура и состав информационной системы маркетинга.	Маркетинг как объект управления. Информационное обеспечение в систем управления маркетингом. Управление взаимоотношениями с потребителем (CRM).	4
2	Раздел 2. Функциональное назначение и ресурсы Интернет.	Технология интернет в маркетинге. Электронная коммерция. Бизнес в интернет-пространстве.	4
3	Раздел 3. Стратегия планирования в интернет- маркетинге.	Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет. Поисковое продвижение сайта в Интернет.	4
4	Раздел 4. Маркетинговая стратегия в сети Интернет.	Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет: анализ спроса, анализ конкурентной среды. Факторы издержек при использовании электронной коммерции. Оценка эффективности мероприятий Интернет маркетинга.	5
Всего за 5 семестр			17

3.3. Самостоятельная работа студента (СРС)

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Содержание учебного задания	Объем, часов
1	Раздел 1. Структура и состав информационной системы маркетинга.	Изучение и реферирование первоисточников, подготовка к практическим занятиям, к докладам. Подготовка реферата	20
2	Раздел 2. Функциональное назначение и ресурсы Интернет.	Подготовка к дискуссии. Подготовка реферата.	20
3	Раздел 3. Стратегия планирования в интернет- маркетинге.	Изучение и реферирование первоисточников, подготовка к практическим занятиям, выступлениям. Подготовка реферата.	14
4	Раздел 4. Маркетинговая стратегия в сети Интернет.	Подготовка к зачету. Подготовка к защите реферата.	20
—	Всего за 5 семестр		74

4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточная аттестация проводится в формах: зачет.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

№ п/п	Автор	Название	Издательство	Год	Наличие в ЭБС*
-------	-------	----------	--------------	-----	----------------

1.	М. В. Акулич.	Интернет-маркетинг: учебник/2-е изд., пересм	Москва : Дашков и К°	2021	https:// biblioclub.ru/ index.php? page=book&id=68 4274
2.	Д. А. Шевченко	Цифровой маркетинг: учебник	Москва: Директ- Медиа	2025	https:// biblioclub.ru/ index.php? page=book&id=72 3871

*ЭБС – электронно-библиотечная система

Дополнительная литература

№ п/п	Автор	Название	Издательство	Год	Наличие в ЭБС
1.	С. В. Кульпин под ред. Е. В. Попова	Структура и содержание интернет- маркетинга: учебное пособие	Екатеринбург: Издательство Уральского университета	2020	https:// biblioclub.ru/ index.php? page=book&id=69 9056
2.	Д. А. Шевченко	Цифровой маркетинг : учебник	Москва : Директ- Медиа	2022	https:// biblioclub.ru/ index.php? page=book&id=68 6507

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

аудитории для проведения учебных занятий. Данные аудитории оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства, находящиеся в учебных аудиториях:

- ноутбук Lenovo B50 (для преподавателя) с выходом в сеть интернет;
- проектор EPSONEB-W22 (проектор SANYOPROxtrax);
- акустическая система Microlab;
- экран для проектора;
- доска маркерная (ученическая доска);

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой и имеют возможность подключения к сети интернет и обеспечивают доступ к электронной информационно-образовательной среде академии.

7. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕРКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ/ПОДКОМПЕТЕНЦИЙ

7.1 Типовые вопросы для подготовки к зачету при проведении промежуточной аттестации по дисциплине

1. Сущность маркетинга. Комплекс маркетинга. Концепция маркетинга.

2. Дифференциация и позиционирование товара (предприятия). Перепозиционирование товара.
3. Сущность интернет-маркетинга. Интернет-рынок. Концепция интернет-маркетинга.
4. Использование интернет-технологий при проведении кабинетных (вторичных) маркетинговых исследований. Источники вторичной информации. Примеры.
5. Сервисы Scholar.Google.com, Trends.Google.com, WordStat. Yandex.ru
6. Сервисы Google Analytics, Яндекс.Метрика.
7. Использование интернет-технологий при проведении полевых (первичных) маркетинговых исследований. Методы полевых исследований. Примеры.
8. Социальные сети (Facebook, LinkedIn, ВКонтакте и др.). Маркетинг в социальных сетях (Social Media Marketing). Этапы SMM.
9. Оптимизация электронного ресурса под социальные сети (Social Media Optimization). Этапы SMO.
10. Товарная политика фирмы для интернет-рынка. Ценовая политика фирмы для интернет-рынка.
11. Каналы распределения товаров (услуг) в Интернете. Интернет-магазин. Партнерские программы. Интернет-аукционы (B2B, B2C, C2C). Тендерные электронные площадки. Интернет-биржи. Примеры белорусских и зарубежных электронных проектов.
12. Комплекс коммуникационной политики с использованием интернеттехнологий. Методы стимулирования продаж с использованием интернеттехнологий.
13. Интернет-реклама. Виды интернет-рекламы. Контекстная интернетреклама. Мобильная интернет-реклама. Видео интернет-реклама. Брендирование веб-страниц.
14. Сервис размещения интернет-рекламы Google Adwords.
15. Сервис размещения интернет-рекламы Yandex Direct.
16. Виды интернет-рекламы в социальных сетях и их размещение. Примеры.
17. Этапы проведения рекламной интернет-кампании. Коммуникативные и экономические показатели оценки результативности интернет-рекламы.
18. Правовые аспекты регулирования интернет-рекламы в Республике Беларусь.
19. Оптимизация сайта под поисковые системы (Search Engine Optimization). Этапы SEO. Онлайн-ресурсы для проверки сайта (установление ошибок программного кода, определение уникальности контента, оценка результативности сайта по интернет-продвижению (оценка SEO, SMM сайта), сравнение сайта с конкурентами.
20. SEO и SMM. Создание и продвижение блогпоста для SEO, SMM и вирусного маркетинга. Оценка уникальности и качества контента.
21. PR мероприятия с использованием интернет-технологий. Разработка пресс-релиза и распространение (агентства, электронные pr-ресурсы, база данных e-mail адресов, новостные и тематические порталы).
22. Использование электронной почты в интернет-маркетинге. СПАМ.
23. Электронная коммерция. Тенденции развития электронной коммерции в Республике Беларусь и в мире.

24. Электронный бизнес. Тенденции развития электронного бизнеса в Республике Беларусь и в мире.

7.2 Критерии оценки

Оценка устного (письменного) ответа студента на экзамене, зачете; зачете с оценкой:

- оценка «отлично», «зачтено» выставляется студенту, если он владеет понятийным аппаратом, демонстрирует глубину и полное овладение содержанием учебного материала, в котором легко ориентируется;

- оценка «хорошо», «зачтено» выставляется студенту, за умение грамотно излагать материал, но при этом содержание и форма ответа могут иметь отдельные неточности;

- оценка «удовлетворительно», «зачтено» выставляется, если студент обнаруживает знания и понимание основных положений учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, не умеет доказательно обосновывать свои суждения;

- оценка «неудовлетворительно», «не зачтено» выставляется, если студент имеет разрозненные, бессистемные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает ошибки в определении понятий, искажает их смысл.

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН УСИЛЕННОЙ
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП

Владелец: **Образовательное учреждение профсоюзов
высшего образования «Академия труда и социальных
отношений» <rector@atiso.ru>**
Сертификат: ced6d31cf7f8ff8b33158f88a623ef6f645eee53
Действителен с 19.05.2024 по 31.12.2099