

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»  
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ  
Директор ВШТЭ



## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.ДВ.04.02** Интернет-маркетинг

Учебный план: \_\_\_\_\_ ФГОСЗ++b010302ДИ-4\_26-14.plx

Кафедра:  Менеджмента и права

Направление подготовки:  
(специальность) 01.03.02 Прикладная математика и информатика

Профиль подготовки:  
(специализация) Дизайн интерфейса

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

### План учебного процесса

| Семестр<br>(курс для ЗАО) |     | Контактная работа обучающихся |                   | Сам.<br>работа | Контроль,<br>час. | Трудоё<br>мкость,<br>ЗЕТ | Форма<br>промежуточной<br>аттестации |
|---------------------------|-----|-------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|--------------------------|--------------------------------------|
|                           |     | Лекции                        | Практ.<br>занятия |                |                   |                          |                                      |
| 8                         | УП  | 36                            | 36                | 36             | 36                | 4                        | Экзамен                              |
|                           | РПД | 36                            | 36                | 36             | 36                | 4                        |                                      |
| Итого                     | УП  | 36                            | 36                | 36             | 36                | 4                        |                                      |
|                           | РПД | 36                            | 36                | 36             | 36                | 4                        |                                      |

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 01.03.02 Прикладная математика и информатика, утверждённым приказом Минобрнауки России от 10.01.2018 г. № 9

Составитель (и):

Кандидат экономических наук, доцент

Атрушкевич Е.Б.

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой менеджмента и права

Бескровная В.А.

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Ремизова И.В.

Методический отдел:

Фахретдинова А. Р.

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Формирование целостного представления, расширение теоретико-методологических знаний и закрепление профессиональных навыков в области разработки стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

### 1.2 Задачи дисциплины:

-углубление и систематизация ключевых терминов и понятий, используемых в интернет -маркетинге;  
-формирование знаний и умений, связанных с проведением исследований, подготовительных работ для поискового и медийного продвижения в сети интернет; -формирование навыков разработки и реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети интернет.

### 1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предыдущем уровне образования.

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

|                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ПК-3: Способен адаптировать бизнес-процессы заказчика ИС к возможностям ИС в рамках проекта создания (модификации) ИС</b>                                                                           |
| <b>Знать:</b> процесс определения и сегментации целевой аудитории; особенности функционирования интернета с позиции реализации маркетинговой медиа-стратегии                                           |
| <b>Уметь:</b> искать информацию и необходимые для работы сервисы в современных поисковых системах; сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; обосновывать выбор целевой аудитории |
| <b>Владеть:</b> навыками составления информационно-аналитической справки и SMM-стратегии; навыками по разработке контент-плана на 2 недели для сообщества в социальных сетях.                          |
| <b>ПК-5: Способен осуществлять концептуально-логическое проектирование Системы*</b>                                                                                                                    |
| <b>Знать:</b> ключевые показатели эффективности каждого канала интернет-маркетинга; особенности потребления контента в социальных сетях; правила написания постов в социальных сетях.                  |
| <b>Уметь:</b> составлять алгоритм и проводить исследование поведения потребителей и конкурентов в социальных медиа; различать виды текстов; писать посты для социальных сетей по контент-плану.        |
| <b>Владеть:</b> составлять алгоритм и проводить исследование поведения потребителей и конкурентов в социальных медиа; различать виды текстов; писать посты для социальных сетей по контент-плану.      |

### 3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий                                                                                                                                                                                                                                                  | Семестр<br>(курс для<br>ЗАО) | Контактная<br>работа |               | СР<br>(часы) | Форма<br>текущего<br>контроля |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|----------------------|---------------|--------------|-------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                              | Лек.<br>(часы)       | Пр.<br>(часы) |              |                               |
| Раздел 1. Анализ информационного пространства                                                                                                                                                                                                                                                              | 8                            |                      |               |              | О                             |
| Тема 1. Введение. Организация и техника безопасности работы на электрооборудовании. Общие правила безопасной работы на электрооборудовании. Основы безопасности в сети Интернет.                                                                                                                           |                              | 2                    |               |              |                               |
| Тема 2. Анализ информационного пространства компании и конкурентов. Функционирование Интернета в современном обществе. Коммуникационное взаимодействие в интернет-среде. Основные термины и понятия в интернет - маркетинга. Анализ конкурентов. Мониторинг информационного поля конкурентов.              |                              | 4                    | 6             | 8            |                               |
| Тема 3. Процесс определения и сегментации целевой аудитории. Выявление целевой аудитории и характеристик потребителей. Теория и практика проведения маркетинговых исследований в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Информационно-аналитическая справка.                                    |                              | 8                    | 6             | 6            |                               |
| Тема 4. Обоснование выбора сервисов в современных поисковых системах. Информационные технологии, используемые в интернетмаркетинге. KPI. Веб-аналитика и веб статистика. Выбор сервисов в современных поисковых системах. Парсинг и сервисы для работы с ним. Анализ современных поисковых систем. Таргет. |                              | 4                    | 6             | 6            |                               |
| Раздел 2. Организация процессов в интернет-маркетинге                                                                                                                                                                                                                                                      |                              |                      |               |              | Пр,О                          |
| Тема 5. Особенности создания стратегии продвижения в социальных сетях (SMM). Социальные сети виды, особенности, рекламно-коммуникационные возможности. Подбор площадок для размещения медийных рекламных материалов. Подготовка контента. SMM-стратегия.                                                   |                              | 8                    | 6             | 6            |                               |

|                                                                                                                                                                                                                                       |  |      |    |      |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|------|----|------|--|
| Тема 6. Постинг и его роль в социальных сетях. Способы привлечения подписчиков. Специфика написания текста для социальных сетей. Особенности работы с целевой аудиторией. Правила написания постов для социальных сетей. Виды постов. |  | 4    | 6  | 6    |  |
| Тема 7. Правила разработки контент-плана. Контент-план. Специфика создания контент-плана при помощи современных информационных технологий. Правила разработки контент – плана.                                                        |  | 6    | 6  | 4    |  |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО)                                                                                                                                                                                                   |  | 36   | 36 | 36   |  |
| Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)                                                                                                                                                                                     |  | 2,5  |    | 33,5 |  |
| <b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>                                                                                                                                                                                     |  | 74,5 |    | 69,5 |  |

#### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

#### 5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

#### 6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

##### 6.1 Показатели оценивания

| Код компетенции | Показатели оценивания результатов обучения                                                                                                                                                                                    |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-3            | Использует сегментацию при делении Целевой аудитории, использует информацию из поисковых систем, формулирует SMM стратегию и планирует размещение контента                                                                    |
| ПК-5            | Рассматривает различные каналы интернет-маркетинга с точки зрения их эффективности, планирует проведение маркетинговых исследований потребителей, участвует в создании контента, применяя правила работы с социальными сетями |

##### 6.2 Система и критерии оценивания

| Шкала оценивания | Критерии оценивания сформированности компетенций                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                   |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
|                  | Устное собеседование                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Письменная работа |
| 5 (отлично)      | <ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал;</li> <li>– уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает;</li> <li>– опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления;</li> <li>– умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи;</li> <li>– делает выводы и обобщения;</li> <li>– свободно владеет системой специализированных понятий.</li> </ul> |                   |
| 4 (хорошо)       | <ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы;</li> <li>– не допускает существенных</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                   |

|                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  |
|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|                            | <p>неточностей;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления;</li> <li>– аргументирует научные положения;</li> <li>– делает выводы и обобщения;</li> <li>– владеет системой специализированных понятий</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                          |  |
| 3 (удовлетворительно)      | <ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы;</li> <li>– допускает несущественные ошибки и неточности;</li> <li>– испытывает затруднения в практическом применении знаний направления;</li> <li>– слабо аргументирует научные положения;</li> <li>– затрудняется в формулировании выводов и обобщений;</li> <li>– частично владеет системой специализированных понятий</li> </ul> |  |
| 2<br>(неудовлетворительно) | <ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся не усвоил значительной части программного материала;</li> <li>– допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении;</li> <li>– испытывает трудности в практическом применении знаний;</li> <li>– не может аргументировать научные положения;</li> <li>– не формулирует выводов и обобщений.</li> </ul>                                                                                                          |  |

### 6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

#### 6.3.1 Типовые контрольные вопросы

| № п/п     | Формулировки вопросов                                                                        |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| Семестр 8 |                                                                                              |
| 1         | Организация и техника безопасности работы на электрооборудовании                             |
| 2         | Процесс определения и сегментации целевой аудитории                                          |
| 3         | KPI (ключевые показатели эффективности) каналов интернет-маркетинга                          |
| 4         | Особенности потребления контента в социальных сетях                                          |
| 5         | Правила написания текстов и постов в социальных сетях                                        |
| 6         | Социальные сети виды, особенности, рекламнокоммуникационные возможности                      |
| 7         | Основы безопасности в сети Интернет                                                          |
| 8         | Основные термины и понятия в интернет - маркетинге                                           |
| 9         | Таргет                                                                                       |
| 10        | Органический охват и неорганический охват                                                    |
| 11        | Проведите поиск информации и необходимые для работы сервисы в современных поисковых системах |
| 12        | Проведите парсинг и выберите сервисы для работы с ним                                        |
| 13        | Проведите анализ разновидностей текстов и постов                                             |
| 14        | Проведите сегментирование целевой аудитории для разных задач и продуктов                     |
| 15        | Проанализируйте современные поисковые системы                                                |
| 16        | Обоснуйте выбор целевой аудитории для конкретной задачи                                      |
| 17        | Напишите различные виды постов для социальных сетей по контент-плану                         |
| 18        | Напишите рубрики и тем к ним по конкретной задачи                                            |
| 19        | Проведите проектирование различных форматов постов                                           |

|    |                                                                                                        |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 20 | Проанализируйте информационное пространство компании                                                   |
| 21 | Приведите алгоритм маркетингового исследования в информационно-телекоммуникационной сети Интернет      |
| 22 | Определите модели поведения аудитории и способы влияния на нее                                         |
| 23 | Проведите мониторинг информационного поля конкурентов представленной компании                          |
| 24 | Составьте информационно-аналитическую справку по конкретной задаче                                     |
| 25 | Разработайте SMM-стратегию по конкретной задаче                                                        |
| 26 | Спроектируйте контент-плана на 2 недели для сообщества в 3 социальных сетях                            |
| 27 | Создайте контент-план при помощи современных информационных технологий (сервисов)                      |
| 28 | Разработайте аккаунт/сообщество в социальных сетях (напишите текст, стиль текста, дизайн и оформление) |
| 29 | Привлеките необходимое число подписчиков в социальных сетях                                            |
| 30 | Разработайте постинг и привлечите аудитории в конкретное сообщество                                    |

### 6.3.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрено

### 6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

#### Задание 1

Заказчик — частная музыкальная школа «Музыкант». Частная музыкальная школа «Музыкант» прекрасно подойдет для всех тех, кто хочет стать музыкантом, вне зависимости от возраста и уровня подготовки. Ведь музыкальное обучение зависит только от Вашего упорства и желания, а в остальном помогут наши преподаватели. В Школе «Музыкант» помогают начать обучения, продолжить его и поддерживать уже имеющийся хороший уровень. Занятия ведутся индивидуально, возраст от 7 до 30 лет. Необходимо продвинуть бренд и его продукцию на региональном и федеральном уровне.

1. Найдите не менее 5 аналогичных проектов, составив аналитическую справку, в которой будет проведен анализ проектов не менее чем по 5 критериям (цена, коммуникации, целевая аудитория, товар/услуга, место расположение).

2. Составьте таблицу сравнительного анализа аналогичных проектов, на основании которой сделать не менее 5 выводов.

3. Выявите страницы/аккаунты этих проектов, проведите сравнительный анализ, на основании которого также сделать не менее 5 выводов.

#### Задание 2

Заказчик - Общество по борьбе с онкологическими заболеваниями «Надежда». Оно проводит рекламно-информационную кампанию, призванную информировать людей о

повышенном риске заболевания раком кожи в результате чрезмерного пребывания на солнце. Предполагается, что в ходе кампании любители загара получают информацию о

способах профилактики заболевания. Необходимо продвинуть данную рекламноинформационную кампанию на региональном и федеральном уровне. Составить аналитическую записку, в которой содержатся следующие пункты:

1. Определение и описание целевой аудитории.

2. Выбор социальных сетей в соответствии с целевой аудиторией для продвижения и обоснование этого выбора.

3. Стратегия продвижения в соответствии с целевой аудиторией по направлениям: цели; задачи для достижения каждой цели; характеристика целевой аудитории для таргета; основная идея в контенте; рубрикатор; стиль текста; дизайн и оформление; темы и формат поста; определить социальные сети для продвижения и обосновать их.

#### Задание 3

Крупная фирма «Золото Востока», производящая кофе рассматривает возможность выхода своих марок кофе на рынки южных стран. Маркетинговые исследования показали,

что значительная часть населения этих стран сосредоточена в крупных перенасыщенных транспортом городах и испытывает постоянные стрессы. Температура воздуха в южных

странах достигает до 40 градусов жары. В рекламно - информационном послы подчеркивается вкус кофе, его аромат и свойства, стимулирующие жизненную активность

людей. Написать рекламно – информационные тексты для следующих видов постов; поствызов; пост «за кулисами»; вдохновляющий пост; пост-ответ; пост-статистика; постцитатник; пост-конкурс; пост-обсуждение.

#### Задание 4

Компания «Лаки» продает кухни и встраиваемую бытовую технику в разных странах мира. Одна из последних новинок компании микроволновая печь, которая называется

«Хрустящая волна». Эта печь делает продукты хрустящими, проста в использовании и удобна, стоимость 500 долларов. Продажи микроволновой печи предполагалась в Европе, а

потом в США и других странах.

#### Задание 5

Оцените правильность выбора сети Интернет как средство распространения рекламы для рекламирования хлебобулочных изделий.

#### Задание 6

Российское рекламно-информационное агентство «XXX» решило сосредоточить свои усилия на международном рынке рекламы. Руководство агентства понимает, что между

американских и азиатских компаний существует различия в культуре и менталитете, которое влияет на покупательское поведение. Отношение американской и японской

компаний к следующим вопросам разное: ориентация на время; принятие решения одним человеком или правило большинства; ориентация на достижения результата; ориентация на действие; длительность и глубина делового сотрудничества. Создайте не менее 3 рекламных модулей с 3 вариантами креатива каждый дляамериканских и азиатских компаний, в котором предлагаются рекламно-информационные услуги российского агентства «XXX».

## 6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

### 6.4.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

### 6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная ☒ Письменная ☐ Компьютерное тестирование ☐ Иная ☒

### 6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

– экзамен – форма оценки знаний, полученных обучающимся в процессе изучения всей дисциплины или ее части, навыков самостоятельной работы, способности применять их для решения практических задач. Экзамен, как правило, проводится в период экзаменационной сессии и завершается аттестационной оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Требования к проведению промежуточной аттестации:  
к моменту проведения промежуточной аттестации должны быть выполнены 6 практических работ, пройдены 2 устных опроса.

Экзамен в форме демонстрационного экзамена проводится в соответствии с комплектом оценочной документации (К.О.Д. (1.1) для демонстрационного экзамена по стандартам Ворлдскиллс Россия по компетенции «Интернет-маркетинг» содержащем примерные оценочные материалы, размещенным на

<https://esat.worldskills.ru/competencies/c05e5790-e6b7-425c-a2cc3010e47bd528/categories/05e2d107-9ba6-4590-bfca-d312883aa915>

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 7.1 Учебная литература

| Автор                                                   | Заглавие           | Издательство                                                                                     | Год издания | Ссылка                                                                                      |
|---------------------------------------------------------|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>7.1.1 Основная учебная литература</b>                |                    |                                                                                                  |             |                                                                                             |
| Сафонова, Л. А.,<br>Смоловик, Г. Н.,<br>Королева, В. П. | Интернет-маркетинг | Новосибирск:<br>Сибирский<br>государственный<br>университет<br>телекоммуникаций и<br>информатики | 2019        | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/90586.html">https://www.iprbooks.hop.ru/90586.html</a> |
| <b>7.1.2 Дополнительная учебная литература</b>          |                    |                                                                                                  |             |                                                                                             |
| Катаев, А. В.,<br>Катаева, Т. М.                        | Интернет-маркетинг | Ростов-на-Дону,<br>Таганрог: Издательство<br>Южного федерального<br>университета                 | 2018        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/87414.html">http://www.iprbookshop.ru/87414.html</a>     |
| Ветцель, К. Я.                                          | Интернет-маркетинг | Красноярск: Сибирский<br>федеральный<br>университет                                              | 2018        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/100023.html">http://www.iprbookshop.ru/100023.html</a>   |

### 7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>
2. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://publish.sutd.ru>
3. Информационно-образовательная среда заочной формы обучения СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: [http://sutd.ru/studentam/extramural\\_student/](http://sutd.ru/studentam/extramural_student/)
4. Нормативные документы о ДЭ <https://esat.worldskills.ru/regulations>

### 7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftWindows 8

MicrosoftOfficeProfessional 2013

#### 7.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Учебная аудитории для подготовки и прохождения демонстрационного экзамена – аккредитованная площадка, в соответствии с (К.О.Д. (1.1) для демонстрационного

экзамена по стандартам Ворлдскиллс Россия по компетенции «Интернет-маркетинг»

<https://esat.worldskills.ru/competencies/c05e5790-e6b7-425ca2cc-3010e47bd528/categories/05e2d107-9ba6-4590-bfcad312883aa915>

| Аудитория          | Оснащение                                                                                                                                                               |
|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Компьютерный класс | Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду |