

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
"РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РАДИОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
В.Ф. УТКИНА"**

СОГЛАСОВАНО

Зав. выпускающей кафедры

УТВЕРЖДАЮ

Интернет-маркетинг
рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Экономики, менеджмента и организации производства**

Учебный план z38.04.02_25_00.plx
38.04.02 Менеджмент

Квалификация **магистр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
Вид занятий	уп	рп		
Лекции	8	8	8	8
Практические	8	8	8	8
Иная контактная работа	0,25	0,25	0,25	0,25
Итого ауд.	16,25	16,25	16,25	16,25
Контактная работа	16,25	16,25	16,25	16,25
Сам. работа	78	78	78	78
Часы на контроль	3,75	3,75	3,75	3,75
Контрольная работа заочники	10	10	10	10
Итого	108	108	108	108

г. Рязань

Программу составил(и):

к.э.н., доц., Куприянова Марина Владимировна

Рабочая программа дисциплины

Интернет-маркетинг

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

ФГОС ВО - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952)

составлена на основании учебного плана:

38.04.02 Менеджмент

утвержденного учёным советом вуза от 28.02.2025 протокол № 8.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от 28.04.2025 г. № 10

Срок действия программы: 2025-2027 уч.г.

Зав. кафедрой Евдокимова Елена Николаевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры
Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от _____ 2026 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от _____ 2027 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры
Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от _____ 2028 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от _____ 2029 г. № ____

Зав. кафедрой _____

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Цель: изучение базовых понятий в области Digital-маркетинга, формирование общих представлений о процессах, связанных с Digital-маркетингом, бизнесом и управленческой деятельностью в цифровой среде.
1.2	Задачи:
1.3	- рассмотреть сущность, каналы и технологии цифрового маркетинга;
1.4	- раскрыть сущность и технологии SEO;
1.5	- рассмотреть процесс управления контекстной рекламой в поисковых системах и партнерских сетях;
1.6	- проанализировать возможности web аналитики;
1.7	- рассмотреть сущность контентного маркетинга, бесплатное продвижение и таргетированную рекламу в социальных сетях;
1.8	- уточнить содержание и тенденции развития маркетинга в современных условиях.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.ДВ.02
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Ознакомительная практика
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Преддипломная практика
2.2.2	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-2: Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием элементов комплекса маркетинга	
ПК-2.2. Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы маркетинговых коммуникаций в организации	
Знать теоретические основы разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций Уметь разрабатывать и реализовывать программы совершенствования системы маркетинговых коммуникаций на основе анализа ее эффективности Владеть навыками разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций с применением современных цифровых технологий	

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	теоретические основы разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций
3.2	Уметь:
3.2.1	разрабатывать и реализовывать программы совершенствования системы маркетинговых коммуникаций на основе анализа ее эффективности
3.3	Владеть:
3.3.1	навыками разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций с применением современных цифровых технологий

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Форма контроля
	Раздел 1. Теоретическое обучение					
1.1	Интернет-технологии в маркетинге /Тема/	2	0			

1.2	Интернет-технологии в маркетинге. Цифровые технологии: функциональное назначение и специфика применения в маркетинге. Интернет как коммуникационная среда. /Лек/	2	2	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы
1.3	Digital-маркетинг в построении современной бизнес-концепции предприятия. /Пр/	2	2	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Э1 Э2 Э3	Отчет по практической работе
1.4	Сегментирование рынка как основной этап цифрового маркетинга /Ср/	2	18	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы
1.5	Корпоративный сайт как инструмент Интернет-маркетинга /Тема/	2	0			
1.6	Сайт и посадочная страница. Основы создания Интернет-ресурсов и обеспечения их функционирования в глобальной сети. Коммерциализация Интернет-проектов. Партнерские программы коммерческих сайтов и их агрегаторы. Посадочная страница коммерческого сайта. Комплексное продвижение коммерческого сайта в сети. /Лек/	2	2	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы
1.7	Поисковая оптимизация сайта /Пр/	2	2	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Э1 Э2 Э3	Отчет по практической работе
1.8	SEO-аудит сайта /Ср/	2	18	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы
1.9	Коммуникационные стратегии Интернет-маркетинга /Тема/	2	0			

1.10	Маркетинговые коммуникации и продвижение товаров и услуг. Разработка стратегии продвижения на основе цифровых технологий. /Лек/	2	2	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы
1.11	Продвижение в социальных сетях: SMM и SMO /Пр/	2	2	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Э1 Э2 Э3	Отчет по практической работе
1.12	Интернет-реклама: баннерная, контекстная. RTB-технология. Таргетинг и ретаргетинг /Ср/	2	22	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы
1.13	Управление Интернет-маркетингом /Тема/	2	0			
1.14	Стратегическое планирование в Digital-маркетинге. Оценка эффективности Digital-маркетинга /Лек/	2	2	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы
1.15	Конкурентный анализ и планирование маркетинговых мероприятий /Пр/	2	2	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Э1 Э2 Э3	Отчет по практической работе
1.16	Мониторинг, оценка эффективности и корректировка выбранной маркетинговой стратегии /Ср/	2	20	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы
	Раздел 2. Контрольная работа					
2.1	Контрольная работа /Тема/	2	0			

2.2	Выполнение контрольной работы /Кр3/	2	10	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Э1 Э2 Э3	Отчет о контрольной работе
Раздел 3. Промежуточная аттестация						
3.1	Зачет /Тема/	2	0			
3.2	Сдача экзамена /ИКР/	2	0,25	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы
3.3	Подготовка к зачету /Зачёт/	2	3,75	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Оценочные материалы приведены в приложении к рабочей программе дисциплины (см. документ «Оценочные материалы по дисциплине «Digital-маркетинг»)

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество/название ЭБС
Л1.1	Сафонова Л. А., Смоловик Г. Н., Королева В. П.	Интернет-маркетинг : учебное пособие	Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2019, 80 с.	2227-8397, http://www.iprbookshop.ru/90586.html
Л1.2	Катаев, А. В., Катаева, Т. М., Названова, И. А.	Digital-маркетинг : учебное пособие	Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2020, 161 с.	978-5-9275-3437-1, https://www.iprbookshop.ru/100169.html

6.1.2. Дополнительная литература

№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество/название ЭБС
Л2.1	Романов А. А., Каптюхин Р. В.	Реклама. Интернет-реклама : учебное пособие	Москва: Евразийский открытый институт, Московский государствен ный университет экономики, статистики и информатики, 2005, 266 с.	5-7764-0316- 2, http://www.iprbookshop.ru/10813.html
Л2.2	Николаева М. А.	Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг	Екатеринбург: УрГПУ, 2017, 166 с.	978-5-7186- 0867-0, https://e.lanbook.com/book/159004
Л2.3		Интернет-реклама и пр : метод. указания к практическим занятиям	Сочи: СГУ, 2020, 42 с.	, https://e.lanbook.com/book/172131
Л2.4	Смолина, В. А.	SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях	Москва: Инфра-Инженерия, 2019, 252 с.	978-5-9729- 0259-0, https://www.iprbookshop.ru/86572.html
Л2.5	Беленькая, Ю. П., Бережнов, А. Ю., Новикова, А. С., Срыбная, П. И.	SMM и SEO-технологии : учебное пособие	Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2017, 62 с.	2227-8397, https://www.iprbookshop.ru/92670.html
Л2.6	Стефанова Н. А.	Эффективный интернет-маркетинг : учебное пособие	Самара: ПГУТИ, 2018, 171 с.	, https://e.lanbook.com/book/182388
Л2.7	Кошелева А. Н.	Психология Интернет-коммуникации : учебно-методический комплекс	Санкт-Петербург: Российский государствен ный педагогический университет им. А.И. Герцена, 2015, 27 с.	2227-8397, http://www.iprbookshop.ru/51692.html
Л2.8	Кумова С. В.	Современные технологии цифрового медиадизайна : учебное пособие	Саратов: Саратовский государствен ный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2015, 207 с.	978-5-7433- 2969-4, http://www.iprbookshop.ru/76512.html
Л2.9	Шпаковский В. О., Розенберг Н. В., Егорова Е. С.	Интернет-журналистика и интернет-реклама : учебное пособие	Москва: Инфра-Инженерия, 2018, 248 с.	978-5-9729- 0202-6, http://www.iprbookshop.ru/78258.html

№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество/название ЭБС
Л2.10	Сенаторов А. А.	Битва за подписчика «ВКонтакте»: SMM-руководство	Москва: Альпина Паблишер, 2019, 176 с.	978-5-9614-5427-7, http://www.iprbookshop.ru/83086.html
Л2.11	Плиско А. В.	Интернет-технологии ведения бизнеса : методическое пособие для бакалавров по направлению подготовки 43.03.02 туризм, 38.03.02 «менеджмент», 38.03.03. «управление персоналом»	Симферополь: Университет экономики и управления, 2019, 58 с.	2227-8397, http://www.iprbookshop.ru/89484.html
Л2.12	Юрасов А. В., Иванов А. В.	Интернет-маркетинг	Москва: Горячая линия-Телеком, 2016, 246 с.	978-5-9912-0165-0, https://e.lanbook.com/book/111121
Л2.13	Холмогоров В.	Интернет-маркетинг : Краткий курс	СПб.: Питер, 2001, 208с.	5-318-00099-1, 1
Л2.14	Ветцель К. Я.	Интернет-маркетинг : учебное пособие	Красноярск: СФУ, 2018, 176 с.	978-5-7638-4010-0, https://e.lanbook.com/book/157667

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Электронно-библиотечная система «IPRbooks» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: доступ из корпоративной сети РГРТУ – свободный, доступ из сети Интернет – по паролю.
Э2	Электронная библиотека РГРТУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: из корпоративной сети РГРТУ – по паролю.
Э3	Электронно-библиотечная система "Лань" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: из корпоративной сети свободный, доступ из сети Интернет по паролю.

6.3 Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

6.3.1 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

Наименование	Описание
Операционная система Windows	Коммерческая лицензия
Kaspersky Endpoint Security	Коммерческая лицензия
Adobe Acrobat Reader	Свободное ПО
LibreOffice	Свободное ПО

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Система КонсультантПлюс http://www.consultant.ru
6.3.2.2	Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ http://www.garant.ru

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1	115 лабораторный корпус. Учебная аудитория для проведения учебных занятий Специализированная мебель (30 посадочных мест), магнитно-маркерная доска, 2 флипчарта, пробковая доска. Мультимедийный проектор, 1 экран, 1 ноутбук (Samsung Intel Pentium B950 /4Gb). Возможность подключения к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ.
2	414 учебно-административный корпус. Помещение для самостоятельной работы Специализированная мебель (40 посадочных мест), магнитно-маркерная доска, экран. Мультимедийный проектор (NEC AOC 2050W) ПК: Intel Pentium G620/4Gb – 13 шт Возможность подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ

3	325 лабораторный корпус. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Специализированная мебель (29 посадочных мест), магнитно-маркерная доска, проектор, экран. ПК: ПЭВМ – 1 шт. Возможность подключения к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ.
4	501 лабораторный корпус. Помещение для самостоятельной работы Специализированная мебель (37 посадочных мест) ПК: Intel Celeron CPVJ1800 – 25 шт. Возможность подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Методическое обеспечение приведено в приложении к рабочей программе дисциплины (см. документ «Методическое обеспечение дисциплины «Digital-маркетинг»)

Оператор ЭДО ООО "Компания "Тензор"

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

ПОДПИСАНО
ЗАВЕДУЮЩИМ
КАФЕДРЫ

ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ, Евдокимова Елена Николаевна,
Заведующий кафедрой ЭМОП

Простая подпись

ПОДПИСАНО
ЗАВЕДУЮЩИМ
ВЫПУСКАЮЩЕЙ
КАФЕДРЫ

ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ, Евдокимова Елена Николаевна,
Заведующий кафедрой ЭМОП

Простая подпись