

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе  
д.юр.н., доц. Фойгель Е.И.



29.05.2026г.

**Рабочая программа дисциплины**  
**Б1.Э.1. Интернет-маркетинг**

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика  
Направленность (профиль): Внешнеэкономическая деятельность  
Квалификация выпускника: бакалавр  
Форма обучения: очная

Курс	3
Семестр	32
Лекции (час)	36
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	18
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	90
Курсовая работа (час)	
Всего часов	144
Зачет (семестр)	
Экзамен (семестр)	32

Иркутск 2026

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.03.01 Экономика.

Автор К.А. Татаринов

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры менеджмента, маркетинга и логистики

## 1. Цели изучения дисциплины

Учебная дисциплина «Интернет-маркетинг» позволяет дать будущим специалистам теоретические знания и сформировать у них практические умения и навыки применения информационных технологий для решения задач маркетинга и управления в экономических системах.

Основными целями изучения учебной дисциплины являются:

- формирование понятий современных концепций маркетинга;
- изучение тенденций развития сети «Интернет», сопутствующих технологий;
- изучение возможностей сети «Интернет» по хранению, передаче и обработке информации;
- изучение условий ведения маркетинговой деятельности в сети «Интернет»;
- изучение основ осуществления маркетинговых исследований при помощи средств сети «Интернет»;
- изучение основных особенностей использования сети «Интернет» для продвижения товаров и услуг;
- изучение возможностей сети «Интернет» по установлению контактов с потребителями и контрагентами;
- рассмотрение подходов к осуществлению сбытовой деятельности при помощи средств сети «Интернет»;
- обзор возможностей использования веб-сайтов для реализации маркетинговых задач предприятия;
- выработка практических навыков по осуществлению маркетинговых задач в сети «Интернет».

К задачам изучения дисциплины относятся:

- выработка системы специальных знаний в области использования сети «Интернет» для решения задач маркетинга;
- формирование у студентов практических навыков в области маркетинговых исследований в сети «Интернет»;
- формирование представления о задачах и современных методах организации сбыта в сети «Интернет»;
- формирование представления о задачах и современных методах организации продвижения продукции предприятия, самого предприятия в сети «Интернет»;
- овладение основами работы с веб-сайтами для решения маркетинговых задач;
- формирование навыков поиска и анализа информации средствами сети «Интернет»;
- формирование навыков поиска и анализа потенциальных потребителей и контрагентов средствами сети «Интернет».

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

### Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ПК-5	Способен анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
	показателей
ПК-7	Способен использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии

### Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ПК-5 Способен анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей	З. Знать основные методы анализа статистических данных о социально-экономических процессах и явлениях У. Уметь анализировать данные отечественной и зарубежной статистики, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей Н. Владеть навыками интерпретации данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях
ПК-7 Способен использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии	З. Знать основные современные технические средства и информационные технологии, позволяющие решать аналитические и исследовательские задачи У. Уметь решать аналитические и исследовательские задачи в сфере профессиональной деятельности с применением современных технических средств и информационных технологий Н. Владеть навыками использования технических средств и информационных технологий при решении различных задач в сфере профессиональной деятельности

### 3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Элективная дисциплина.

### 4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. ед., 144 часов.

Вид учебной работы	Количество часов
Контактная(аудиторная) работа	
Лекции	36
Практические (сем, лаб.) занятия	18
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	90
Всего часов	144

### 5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

#### 5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семе- стр	Лек- ции	Семинар Лаборат. Практич.	Само- стоят. раб.	В интера- ктивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Введение в интернет-маркетинг и его роль для компании	32	2	2	4		01. Создать рекламный кабинет в Вконтакте и настроить промпост в таргетинге и в маркет-платформе
2	Разработка стратегии интернет-маркетинга	32	2	2	4		02. Спарсить аудиторию для ретаргетинга в Вконтакте по ID через TargetHunter
3	Аналитический этап разработки стратегии интернет-маркетинга	32	2	0	8		03. Создать подписную страницу и 10-шагового чат-бота с кнопками через Senler
4	Поисковый маркетинг – канал органического трафика на сайт	32	2	2	4		04. Найти низкоконкурентный и востребованный «ключ» с помощью Мутаген и написать по нему статью с высокой стоимостью создания
5	Создание и оптимизация сайта	32	2	2	4		05. Создать аккаунт в Яндекс Дзен и написать с помощью нейротранскрибаторов и переводчиков 5 статей по любой актуальной теме
6	Управление проектами в интернет-маркетинге	32	2	0	8		06. Написать узконишевую мини-книгу и опубликовать ее на Литерс в разделе самиздат
7	Основные принципы работы с аудиторией сайта	32	2	0	8		07. Создать продающее объявление на Авито и Юла в разделе «Для дома и дачи»
8	Контекстная реклама для быстрых продаж	32	2	2	4		08. Создать профессиональное тексто-графическое объявление в РСЯ
9	Баннерная реклама	32	2	2	4		09. Создать анимированный рекламный баннер в

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семе- стр	Лек- ции	Семинар Лаборат. Практич.	Само- стоят. раб.	В интера- ктивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
							SUPA, Fotor и PowerPoint
10	CPA-сети и партнерские программы	32	2	2	4		10. Зарегистрироваться в партнерской программе, выбрать оффер и опубликовать на него гиперссылку в Яндекс Дзен или в сообществе в Вконтакте
11	E-mail маркетинг	32	2	0	4		11. Создать персонализированные письма с помощью сервиса Gmass и рандомизатора
12	Social media marketing и таргетированная реклама	32	2	0	4		12. Создать 3 рекламных поста с 10 последовательными по смыслу картинками с надписями для карусели в таргетированной рекламе в Вконтакте с призывом перейти по кнопке
13	Оптимизация для социальных сетей (Social Media Optimization)	32	2	0	4		13. Оформить сообщество в Вконтакте на любую актуальную тему и привлечь в его 20-30 подписчиков бесплатными способами
14	Контент-маркетинг	32	2	2	4		14. Создать 3-х уровневые аккаунты на Boosty.to и lava.top
15	Проведение маркетинговых исследований в сети	32	2	0	8		15. Провести анкетирование среди студентов с помощью Яндекс формы
16	Возможности использования сети в качестве канала продвижения	32	2	2	4		16. Создать презентации и дудл- видео в онлайн- сервисах Prezi и Renderforest
17	Тренды интернет- маркетинга	32	2	0	6		17. Создать анимированную

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семе- стр	Лек- ции	Семинар Лаборат. Практич.	Само- стоят. раб.	В интера- ктивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
							графику в Supa.ru, Figma.com и др. подобных редакторах. 18. Создать динамический вертикальный ролик на 15-20 секунд в CapCut с самими собой в главной роли. 19. Сгенерировать 50 разносюжетных картинок в ideogram.ai и других подобных сервисах. 20. Создать свой аватар в HeyGen
18	Цифровая аналитика	32	2	0	4		
	ИТОГО		36	18	90		

## 5.2. Лекционные занятия, их содержание

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
01	Введение в интернет-маркетинг и его роль для компании	Роль и место интернет-маркетинга в общей маркетинговой политики компании. Стратегия системного интернет-маркетинга и алгоритм ее разработки. Бизнес-цели и задачи компании. Позиционирование компании. Уникальное торговое предложение продуктов/услуг.
02	Разработка стратегии интернет-маркетинга	Этапы построения системы маркетинга на основе сайта организации. Необходимые интернет-сервисы для создания сайта. Лидогенерация как направление в интернет-маркетинге. Виды лидов и способы оплаты. Источники лидов. Разработка посадочных страниц и модели взращивания лидов на разных типах площадок. Особенности работы партнерских программ. Методика повышения качества лидов.
03	Аналитический этап разработки стратегии интернет-маркетинга	Клиентский путь. Бизнес-модель компании (модель Остервалдера). Маркетинговые стратегии. Целевая аудитория ее сегментация. Метод персонажей. Потребности целевой аудитории и способы их выявления. Конкурентный анализ. Выбор конкурентов. Методы конкурентного анализа. Сервисы для анализа.
04	Поисковый маркетинг – канал органического трафика на сайт	Поисковый маркетинг. Роли поискового маркетинга. Факторы ранжирования поисковых систем. Бан и санкции Яндекса и Google. Поисковый и технический аудиты.
05	Создание и оптимизация сайта	Планирование Web-сайта. Реализация Web-сайта. Привлечение пользователей на Web-сайт. Подведение итогов на основе сравнения полученных результатов с запланированными по установленным ранее критериям. Основные понятия SEO. Алгоритмы работы поисковых систем. Разработка SEO сайта.

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
		Семантическое ядро сайта. Внутренняя оптимизация.
06	Управление проектами в интернет-маркетинге	Этапы разработки проектов в интернете. Особенности выбора поставщиков. Виды систем управления сайтом. Usability тестирование. Варианты хостинга. Разработка прототипов корпоративного сайта. Создание диаграмм поведения пользователей в сети.
07	Основные принципы работы с аудиторией сайта	Структура российской и международной аудитории Интернета. Основные принципы работы с аудиторией сайта. Классификация потребителей по отношению к интернет-проекту.
08	Контекстная реклама для быстрых продаж	Контекстная реклама. Задачи контекстной рекламы. Основные понятия. Системы контекстной рекламы Яндекс.Директ и Google Adwords. Стратегии показа рекламных объявлений. Правила создания рекламных объявлений.
09	Баннерная реклама	Медийная реклама, основные понятия. Виды рекламных баннеров. Технические требования к баннерам. Развитие медийной рекламы. Технология RTB. Технологии ремаркетинга.
10	CPA-сети и партнерские программы	Основные модели атрибуции заказов. Виды CPA сетей. Основные понятия и правила. Основные виды трафика в CPA сетях. Стратегии управления источниками трафика в CPA-сетях. Управление контекстной рекламой в CPA-сетях.
11	E-mail маркетинг	Типы e-mail рассылок. Основные термины. Схемы e-mail рассылок и сервисы для их ведения. Правильно структура письма для рассылки. Правила повышения конверсионности письма.
12	Social media marketing и таргетированная реклама	Маркетинг в социальных сетях. Основные задачи и преимущества SMM. Рекламные возможности Twitter. Рекламные возможности Vkontakte. Таргетированная реклама. Рекламные возможности Facebook. Таргетированная реклама. SMM: работа с лидерами мнений.
13	Оптимизация для социальных сетей (Social Media Optimization)	PR в Интернете. Методы создания виртуального сообщества интернет-проекта. История возникновения и сущность SMO. Самооптимизация. Закладки (букмаркинг). Правила создания контента – стимуляция внимания, стимуляция общения. Низкобюджетный PR. Коммуникационные, информационные и коммерческие методы создания виртуального сообщества интернет-проекта для решения проблемы удержания посетителей.
14	Контент-маркетинг	Нативная реклама. Типы контента и каналы распространения. Копирайтинг. Простые приемы написания эффективных рекламных текстов.
15	Проведение маркетинговых исследований в сети	Возможности Интернета для проведения исследований. Количественные методы исследований. Онлайн-опрос – новый шаг в технологии социологических и маркетинговых исследований. Качественные методы исследований: фокус-группа в режиме онлайн (тип чата), продленная онлайн-дискуссия, глубинное интервью. Организация самостоятельных исследований: наблюдения за посетителями сервера, системы распознавания посетителей, опросы в режиме



№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
		прямого доступа, опросы по электронной почте. Маркетинговые исследования товара. Исследование выпускаемых марок товаров. Измерение отношения потребителей к определенной марке товара. Изучение мнений потребителей о товарах. Определение степени лояльности к определенному товару. Планирование нового товара и изучение реакции на выведение нового товара на рынок. Факторы успеха нового продукта.
16	Возможности использования сети в качестве канала продвижения	Принципы создания бренда в сети «Интернет» (интернет-бренд). Характерные различия между традиционным брендом и интернет-брендом. Факторы, влияющие на формирование бренда. Сегментация интернет-брендов. Значимость бренда в Интернете. Использование Интернета при формировании имиджа предприятия (сайта) и PR. Эффективность использования баннеров для формирования имиджа. Инструменты PR в сети «Интернет»: новости и их рассылка, публикации, дискуссии в сети, мероприятия, средства визуальной идентичности.
17	Тренды интернет-маркетинга	Мобильные сервисы. Ретаргетинг. Real Time Bidding.
18	Цифровая аналитика	Веб-аналитика. Принципы работы. Обзор систем Google Analytics и Яндекс.Метрика. Основные настройки. Сквозная аналитика.

### 5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
1	Введение в интернет-маркетинг и его роль для компании. Проводится в форме семинара. Рассмотреть прошлое, настоящее и будущее веб-сети.
2	Разработка стратегии интернет-маркетинга. Проводится в форме семинара. С помощью нейросети разработать маркетинговую стратегию компании в веб-сети.
4	Поисковый маркетинг – канал органического трафика на сайт. Проводится в форме семинара. Создать статью с высокой стоимостью создания для поисковых систем.
5	Создание и оптимизация сайта. Проводится в форме семинара. Создать сайт на Тильде.
8	Контекстная реклама для быстрых продаж. Проводится в форме семинара. Запустить Яндекс-директ
9	Баннерная реклама. Проводится в форме семинара. Создать рекламные банеры в нейросетях.
10	СРА-сети и партнерские программы. Проводится в форме семинара. Подключиться к партнерским программам.
14	Контент-маркетинг. Проводится в форме семинара. Создать несколько статей для крупных порталов и Яндекс-Дзен.
16	Возможности использования сети в качестве канала продвижения. Проводится в форме семинара. Рассмотреть особенности российского интернет-продвижения.

**6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)**

**6.1. Текущий контроль**

<b>№ п/п</b>	<b>Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)</b>	<b>Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО</b>	<b>(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))</b>	<b>Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)</b>	<b>Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)</b>
1	1. Введение в интернет-маркетинг и его роль для компании	ПК-7	З.Знать основные современные технические средства и информационные технологии, позволяющие решать аналитические и исследовательские задачи	01. Создать рекламный кабинет в Вконтакте и настроить промпост в таргетинге и в маркетинговой платформе	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5)
2	2. Разработка стратегии интернет-маркетинга	ПК-5	З.Знать основные методы анализа статистических данных о социально-экономических процессах и явлениях У.Уметь анализировать данные отечественной и зарубежной статистики, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей	02. Спарсить аудиторию для ретаргетинга в Вконтакте по ID через TargetHunter	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5)
3	3. Аналитический этап разработки стратегии интернет-маркетинга	ПК-7	Н.Владеть навыками использования технических средств и информационных технологий при решении различных задач в сфере профессиональной деятельности	03. Создать подписную страницу и 10-шагового чат-бота с кнопками через Senler	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
					работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5)
4	4. Поисковый маркетинг – канал органического трафика на сайт	ПК-7	У.Уметь решать аналитические и исследовательские задачи в сфере профессиональной деятельности с применением современных технических средств и информационных технологий	04. Найти низкоконкурентный и востребованный «ключ» с помощью Мутаген и написать по нему статью с высокой стоимостью создания	Критерии оценивания: точность определения и аргументированн ость (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5)
5	5. Создание и оптимизация сайта	ПК-5	Н.Владеть навыками интерпретации данных отечественной и зарубежной статистики о социально- экономических процессах и явлениях	05. Создать аккаунт в Яндекс Дзен и написать с помощью нейротранскрибаторов и переводчиков 5 статей по любой актуальной теме	Критерии оценивания: точность определения и аргументированн ость (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5)
6	6. Управление проектами в интернет- маркетинге	ПК-7	Н.Владеть навыками использования технических средств и информационных технологий при решении различных задач в сфере профессиональной деятельности	06. Написать узконишевую мини- книгу и опубликовать ее на Литерс в разделе самиздат	Критерии оценивания: точность определения и аргументированн ость (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5)
7	7. Основные	ПК-7	У.Уметь решать	07. Создать	Критерии

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
	принципы работы с аудиторией сайта		аналитические и исследовательские задачи в сфере профессиональной деятельности с применением современных технических средств и информационных технологий	продающее объявление на Авито и Юла в разделе «Для дома и дачи»	оценивания: точность определения и аргументированн ость (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5)
8	8. Контекстная реклама для быстрых продаж	ПК-7	Н. Владеть навыками использования технических средств и информационных технологий при решении различных задач в сфере профессиональной деятельности	08. Создать профессиональное тексто-графическое объявление в РСЯ	Критерии оценивания: точность определения и аргументированн ость (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5)
9	9. Баннерная реклама	ПК-7	У. Уметь решать аналитические и исследовательские задачи в сфере профессиональной деятельности с применением современных технических средств и информационных технологий	09. Создать анимированный рекламный баннер в SUPA, Fotor и PowerPoint	Критерии оценивания: точность определения и аргументированн ость (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5)
10	10. CPA-сети и партнерские программы	ПК-7	У. Уметь решать аналитические и исследовательские задачи в сфере профессиональной	10. Зарегистрироваться в партнерской программе, выбрать оффер и опубликовать	Критерии оценивания: точность определения и аргументированн

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
			деятельности с применением современных технических средств и информационных технологий	на него гиперссылку в Яндекс Дзен или в сообществе в Вконтакте	ость (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5)
11	11. E-mail маркетинг	ПК-7	Н.Владеть навыками использования технических средств и информационных технологий при решении различных задач в сфере профессиональной деятельности	11.Создать персонализированные письма с помощью сервиса Gmass и рандмизатора	Критерии оценивания: точность определения и аргументированн ость (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5)
12	12. Social media marketing и таргетированная реклама	ПК-7	У.Уметь решать аналитические и исследовательские задачи в сфере профессиональной деятельности с применением современных технических средств и информационных технологий	12. Создать 3 рекламных поста с 10 последовательными по смыслу картинками с надписями для карусели в таргетированной рекламе в Вконтакте с призывом перейти по кнопке	Критерии оценивания: точность определения и аргументированн ость (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5)
13	13. Оптимизация для социальных сетей (Social Media Optimization)	ПК-7	Н.Владеть навыками использования технических средств и информационных технологий при решении различных задач в сфере профессиональной деятельности	13. Оформить сообщество в Вконтакте на любую актуальную тему и привлечь в его 20-30 подписчиков бесплатными способами	Критерии оценивания: точность определения и аргументированн ость (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
					распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5)
14	14. Контент- маркетинг	ПК-7	Н. Владеть навыками использования технических средств и информационных технологий при решении различных задач в сфере профессиональной деятельности	14. Создать 3-х уровневые аккаунты на Boosty.to и lava.top	Критерии оценивания: точность определения и аргументирован- ность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5)
15	15. Проведение маркетинговых исследований в сети	ПК-7	У. Уметь решать аналитические и исследовательские задачи в сфере профессиональной деятельности с применением современных технических средств и информационных технологий	15. Провести анкетирование среди студентов с помощью Яндекс формы	Критерии оценивания: точность определения и аргументирован- ность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5)
16	16. Возможности использования сети в качестве канала продвижения	ПК-7	У. Уметь решать аналитические и исследовательские задачи в сфере профессиональной деятельности с применением современных технических средств и информационных технологий	16. Создать презентации и дудл- видео в онлайн- сервисах Prezi и Renderforest	Критерии оценивания: точность определения и аргументирован- ность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
					работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5)
17	17. Тренды интернет- маркетинга	ПК-7	Н. Владеть навыками использования технических средств и информационных технологий при решении различных задач в сфере профессиональной деятельности	17. Создать анимированную графику в Supa.ru, Figma.com и др. подобных редакторах	Критерии оценивания: точность определения и аргументированн ость (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5)
18		ПК-7	Н. Владеть навыками использования технических средств и информационных технологий при решении различных задач в сфере профессиональной деятельности	18. Создать динамический вертикальный ролик на 15-20 секунд в CapCut с сами собой в главной роли	Критерии оценивания: точность определения и аргументированн ость (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5)
19		ПК-7	У. Уметь решать аналитические и исследовательские задачи в сфере профессиональной деятельности с применением современных технических средств и информационных технологий	19. Сгенерировать 50 разносюжетных картинок в ideogram.ai и других подобных сервисах	Критерии оценивания: точность определения и аргументированн ость (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5)
20		ПК-7	Н. Владеть навыками	20. Создать свой	Критерии

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
			использования технических средств и информационных технологий при решении различных задач в сфере профессиональной деятельности	аватар в HeyGen	оценивания: точность определения и аргументированн ость (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5)
				<b>Итого</b>	<b>100</b>

## 6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Экзамен в семестре 32.

### ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: Каждый правильный ответ на вопрос теста оценивается в 4 балла.

**Компетенция: ПК-5 Способен анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей**

**Знание:** Знать основные методы анализа статистических данных о социально-экономических процессах и явлениях

1. «Всемирная паутина» и ее место в «новой экономике»
2. Сетевые технологии для решения задач маркетинга

**Компетенция: ПК-7 Способен использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии**

**Знание:** Знать основные современные технические средства и информационные технологии, позволяющие решать аналитические и исследовательские задачи

3. «Интернет экономика»: сущность, факторы, эволюция теории
4. Web-сайт как основа системы коммуникаций в Интернете
5. Базы данных в компьютерных сетях
6. Брендинг в сети Интернет
7. Защита информационных потоков
8. Методы удержания посетителей web-сайта
9. Модели получения доходов в электронной коммерции B2B



10. Мошенничества в сети Интернет
11. Навигация пользователей в Интернете
12. Организация маркетинговых исследований в сети Интернет
13. Основные направления развития методов обработки и хранения данных
14. Понятие и сущность социальной сети
15. Разработка новых товаров в сети Интернет
16. Розничная торговля в Интернете
17. Роль государства в регулировании Интернета
18. Рынок услуг, оказываемых через Интернет
19. Связи с общественностью в сети Интернет
20. Тенденции развития информационных технологий

#### ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: 30 баллов за вопрос (10 баллов - использование профессиональной терминологии, четкость определения рассматриваемых понятий, 10 баллов - анализ опыта компаний в соответствии с поставленной задачей, 10 баллов - описание алгоритма организации групповой работы при выполнении задания, анализ возможных сложностей и формулирование предложений по их устранению..

**Компетенция: ПК-5 Способен анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей**

Умение: Уметь анализировать данные отечественной и зарубежной статистики, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей

Задача № 1. Задание 1.1. Электронные платёжные системы

**Компетенция: ПК-7 Способен использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии**

Умение: Уметь решать аналитические и исследовательские задачи в сфере профессиональной деятельности с применением современных технических средств и информационных технологий

Задача № 2. Задание 1.2. Генерация идей интернет-бизнеса

Задача № 3. Задание 2.1. Роль поисковых систем в продвижении сайта

Задача № 4. Задание 2.2. Методы сбора первичной информации в интернете

Задача № 5. Задание 3.1. Подбор семантического ядра

Задача № 6. Задание 3.2. Повышение коэффициента кликабельности сайта

#### ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: 30 баллов за выполнение задания (использование профессиональной терминологии – 10 баллов, четкость определения проблемы – 10 баллов, выбор адекватных средств воздействия - 10 баллов).

**Компетенция: ПК-5 Способен анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей**

Навык: Владеть навыками интерпретации данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях

Задание № 1. Кейс 1.1. Как это работает

**Компетенция: ПК-7 Способен использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии**

**Навык:** Владеть навыками использования технических средств и информационных технологий при решении различных задач в сфере профессиональной деятельности

Задание № 2. Кейс 1.2. Профессия интернет-маркетолог

Задание № 3. Кейс 2.1. Реклама в Яндекс-Директ

Задание № 4. Кейс 2.2. Секреты продвижения интернет-магазина

Задание № 5. Кейс 3.1. Арбитраж трафика

Задание № 6. Кейс 3.2. E-mail рассылка

### ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования <b>«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» (ФГБОУ ВО «БГУ»)</b>	Направление - 38.03.01 Экономика Профиль - Внешнеэкономическая деятельность Кафедра менеджмента, маркетинга и логистики Дисциплина - Интернет-маркетинг
---	--

### ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Тест (40 баллов).
2. Задание 1.2. Генерация идей интернет-бизнеса (30 баллов).
3. Кейс 2.1. Реклама в Яндекс-Директ (30 баллов).

Составитель \_\_\_\_\_ К.А. Татаринов

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

#### **7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

##### **а) основная литература:**

1. Холмогоров В. Интернет-маркетинг. краткий курс. 2-е изд./ В. Холмогоров.- СПб.: Питер, 2002.-271 с.
2. Черепанов К. А., Вихорева М. В. Интернет-маркетинг как инструмент привлечения инвестиций. Электронный ресурс. направление Государственное и муниципальное управление. 38.04.04. магистерская диссертация/ К. А. Черепанов.- Иркутск, 2016.-86 с.
3. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 352 с. — 978-5-394-02474-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60599.html>
4. Деева, К. А. Интернет-маркетинг : учебно-методическое пособие / К. А. Деева, Е. А. Малов. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2024. — 64 с. — ISBN 978-5-7782-5170-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/155566.html>

##### **б) дополнительная литература:**

1. Ветитнев А. М. Александр Михайлович, Ашкинадзе Я. А. Яков Александрович Интернет-маркетинг санаторно-курортных услуг. учеб. пособие. рек. Сочинским гос. ун-

том туризма и курортного дела/ А. М. Ветитнев, Я. А. Ашкинадзе.- М.: Финансы и статистика, 2007.-160 с.

2. Бриллиантова А. Алена Стань интернет-миллионером!// Алёна Бриллиантова.- М.: NT Press, 2007.-286 с.

3. Осин А. В. Учебно-методический комплекс по дисциплине "Интернет-маркетинг". программа и методические указания по изучению курса. (очное обучение, обучение в сокращенные сроки). специальность 080111 Маркетинг/ сост. А. В. Осин.- Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2009.-20 с.

4. Вебер Л., Weber K. L., Лалаян Е. Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети. блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети. Marketing to the Social Web. How Digital Customer Communities Build Your Business. 2-е изд./ Ларри Вебер.- М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011.-310 с.

5. Сафонова, Л. А. Интернет-маркетинг : учебное пособие / Л. А. Сафонова, Г. Н. Смоловик, В. П. Королева. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2019. — 80 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/90586.html> (дата обращения: 11.05.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Стефанова И.А. Обработка данных и моделирование в математических пакетах [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие по дисциплине «Информатика» / И.А. Стефанова. — Электрон. текстовые данные. — Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2016. — 44 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/73834.html>

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы**

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

– Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: <http://bgu.ru/>, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет

– Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников", адрес доступа: <http://www.grebennikov.ru/>. доступ с компьютеров сети БГУ (по IP-адресам)

– Электронно-библиотечная система IPRbooks, адрес доступа: <https://www.iprbookshop.ru>. доступ неограниченный

## **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании. Для успешного освоения курса обучающиеся должны иметь первоначальные знания в области маркетинга.

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данной дисциплине, раскрывает ее практическое значение. В ходе лекций студенту необходимо вести конспект, фиксируя основные понятия и проблемные вопросы.

Семинарские занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на семинарское занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- прием и разбор домашних заданий;

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;
- подготовка к семинарам работам;
- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплин и др.

#### **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения**

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

- Adobe Acrobat Reader\_11,
- MS Office,

#### **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):**

В учебном процессе используется следующее оборудование:

- Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
- Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения,
- Лаборатория информационных и коммуникационных технологий,
- Лаборатория информационных технологий в профессиональной деятельности,
- Лаборатория организации и принципов построения информационных систем,
- Лаборатория программного обеспечения и сопровождения компьютерных систем,
- Лаборатория разработки веб-приложений