

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«___» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1165452	Структура и содержание интернет-маркетинга

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. PR и реклама в интернет-маркетинге	Код ОП 1. 42.04.01/33.03
Направление подготовки 1. Реклама и связи с общественностью	Код направления и уровня подготовки 1. 42.04.01

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Кульпин Сергей Владимирович	кандидат экономических наук, доцент	Доцент	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Согласовано:

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Структура и содержание интернет-маркетинга

1.1. Аннотация содержания модуля

Целью модуля «Структура и содержание интернет-маркетинга» является изучение теоретических и прикладных аспектов исследования структуры и организации интернет-рынка. Студентам предлагается углубиться в изучение элементов комплекса маркетинга, действующих в условиях интернет-пространства, научиться делать оценку эффективности использования того или иного маркетингового инструмента в интернет-среде. Дисциплина реализуется с применением проектного подхода – студенты в рамках курса должны по итогу представить комплексный проект интернет-продвижения: от анализа рынка до анализа достижимости целевых показателей.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Структура и содержание интернет-маркетинга	4
ИТОГО по модулю:		4

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	Не предусмотрены
Постреквизиты и кореквизиты модуля	<ol style="list-style-type: none">1. Современные инструменты рекламы и связей с общественностью в Интернет2. Профессиональный курс 13. Профессиональный курс 24. Профессиональный курс 35. Профессиональный курс 46. Профессиональный курс 57. Профессиональный курс 6

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3

<p>Структура и содержание интернет-маркетинга</p>	<p>ПК-2 - Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах, и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>З-1 - Знать методы разработки информационных, объектных, документных моделей производственных организаций</p> <p>З-2 - Знать современные тенденции развития института науки, проблемы его функционирования</p> <p>У-1 - Применять методы разработки информационных, объектных, документных моделей производственных предприятий</p> <p>У-2 - Применять в создании коммуникационных продуктов современные научные достижения в своей профессиональной сфере</p> <p>П-1 - Анализ возможных областей применения результатов научно-исследовательских работ</p> <p>П-2 - Осуществление подготовки и представления руководству отчета о практической реализации результатов научных исследований</p> <p>П-3 - Владеть умениями применения научных достижений в разработке коммуникационного продукта</p>
	<p>ПК-3 - Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>З-1 - Научная проблематика соответствующей области знаний</p> <p>З-2 - Знать современные научные достижения отечественной мировой науки в своей профессиональной сфере</p> <p>У-1 - Анализировать новую научную проблематику соответствующей области знаний</p> <p>У-2 - Применять современные научные достижения отечественной и мировой науки в своей профессиональной сфере для создания коммуникационного продукта</p> <p>П-1 - Проведение анализа новых направлений исследований в соответствующей области знаний</p> <p>П-2 - Обоснование перспектив проведения исследований в соответствующей области знаний</p>

		П-3 - Разработка методологических основ научного исследования
	ПК-4 - Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты, и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	<p>З-1 - Знать стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации</p> <p>З-2 - Знать теоретические основы разработки коммуникационного продукта</p> <p>У-1 - Улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики</p> <p>У-2 - Учитывать интересы аудитории при разработке коммуникационного продукта</p> <p>П-1 - Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации</p> <p>П-2 - Разработка коммуникационного продукта с учетом достижений современной коммуникационной теории и интересов целевых аудиторий</p>
	ПК-5 - Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<p>З-1 - Знать законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации</p> <p>З-2 - Знать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем</p> <p>З-3 - Знать современные технологии связей с общественностью и рекламы</p> <p>У-1 - Выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий</p> <p>У-2 - Применять эффективные технологии рекламы и связей с общественностью в зависимости от развития медиакоммуникационных систем</p> <p>П-1 - Использование технологий рекламы и связей с общественностью в различных сферах в зависимости от развития медиакоммуникационных систем</p>
	ПК-7 - Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в	З-1 - Знать подходы и методы прогнозирования эффектов в медиасфере, в

	<p>медиафере, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>том числе обусловленных применением принципов социальной ответственности</p> <p>У-1 - Применять подходы и методы прогнозирования эффектов в медиафере, в том числе обусловленных применением принципов социальной ответственности</p> <p>П-1 - Разработка коммуникационной политики организации с учетом принципов социальной ответственности</p>
	<p>ПК-9 - Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность любого характера и уровня сложности с учетом специфики профессиональной сферы</p>	<p>З-1 - Понимать состав процесса стратегического и оперативного планирования</p> <p>У-1 - Проводить анализ результативности коммуникационной политики</p> <p>У-2 - Использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики</p> <p>П-1 - Подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений</p>
	<p>ПК-11 - Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций</p>	<p>З-1 - Знать функционирование поисковых машин</p> <p>З-2 - Знать систему инструментов интернет-маркетинга</p> <p>У-1 - Разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию</p> <p>П-1 - Определение ключевых показателей эффективности продвижения</p>

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной, очно-заочной и заочной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Структура и содержание интернет-
маркетинга

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Кульпин Сергей Владимирович	кандидат экономических наук, доцент	Доцент	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Рекомендовано учебно-методическим советом института Институт экономики и управления

Протокол № 39 от 20.03.2024 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- **Кульпин Сергей Владимирович, Доцент, интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга**

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Интернет-рынок, его особенности и структура	Понятия интернет-пространства, интернет-рынка, экономики виртуального пространства. Структура интернет-рынка. Влияние интернет-рынка на глобальное экономическое развитие. Государственное регулирование интернет-рынка.
P2	Современный интернет-маркетинг	Понятие интернет-маркетинга. Цели, задачи интернетмаркетинга. Современные направления развития интернетмаркетинга. Маркетинговые концепции, заложенные в интернет-маркетинг. Комплекс интернет-маркетинга.
P3	Оценка элементов комплекса интернет-маркетинга	Подходы к оценке товарной политики интернет-фирм. Подходы к оценке ценовой политики интернет-фирм. Подходы к оценке каналов интернет-коммуникации.

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Структура и содержание интернет-маркетинга

Электронные ресурсы (издания)

1. Кульпин, С. В., Попов, Е. В.; Структура и содержание интернет-маркетинга : учебное пособие.; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699056> (Электронное издание)
2. Кульпин, С. В.; Создание интернет-товара : учебное пособие.; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697287> (Электронное издание)
3. Акулич, М. В.; Интернет-маркетинг : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2021; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684274> (Электронное издание)
4. Катаев, А. В.; Интернет-маркетинг : учебное пособие.; Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Таганрог; 2018; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687> (Электронное издание)
5. Котлер, Ф., Ф., Суханова, М.; Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер : практическое пособие.; Альпина Паблишер, Москва; 2016; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279742> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Кульпин, С. В., Попов, Е. В.; Структура и содержание интернет-маркетинга : учебное пособие.; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2020 (84 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронный научный архив УрФУ - <http://elar.urfu.ru/>
2. Справочно-библиографическая система - <http://search.ebscohost.com/>
3. Российская государственная библиотека (Москва) – РГБ <http://www.rsl.ru/>
4. Российская национальная библиотека (Санкт-Петербург) - <http://www.nlr.ru/>
5. Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского http://book.uraic.ru/el_library

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Международная база цитирований Web of Science - <https://apps.webofknowledge.com/>
2. Международная база цитирований Scopus - <https://www.scopus.com/>
3. Научная электронная библиотека - <http://elibrary.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Структура и содержание интернет-маркетинга

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms P7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms P7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms P7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms P7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)

		<p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Р7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)</p>