

Институт дополнительного образования и профессиональной переподготовки

2024г.



«ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ»

Объем: 432 часа/ 12 зачетных единиц

Тамбов 2024

Составители (разработчики):

Чепурова Ирина Фёдоровна, кандидат экономических наук, доцент кафедры управления, сервиса и туризма ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р.Державина»

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры управления, сервиса и туризма ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р.Державина»

Протокол № 1 от «4» сентября 2024 года.

Рецензенты:

д.э.н., профессор Абдукаримов Вячеслав Исмамович

д.э.н., профессор Кармышев Юрий Анатольевич

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Нормативные правовые основания разработки программы

Нормативную правовую основу разработки программы составляют:

1. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
2. постановление Правительства Российской Федерации от 22 января 2013 г. № 23 «О Правилах разработки, утверждения и применения профессиональных стандартов»;
3. приказ Минтруда России от 12 апреля 2013 г. № 148н «Об утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов»;
4. приказ Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».
5. Приказ Министерства науки и высшего образования РФ от 29 июля 2020 г. N 838 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика" (с изменениями и дополнениями 26 ноября 2020 г.)
6. Приказ Министерства образования и науки РФ от 8 июня 2017 г. N 512 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью" (с изменениями и дополнениями N 1456 от 26.11.2020)

Программа разработана с учетом профессиональных стандартов 06.016 «Руководитель проектов в области информационных технологий» утверждённого приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 27.04.2023 г. № 369н, и 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу» утверждённого приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 16 мая 2019 г. № 54635

1.2. Требования к слушателям: высшее образование.

1.3. Формы освоения программы: очно с применением дистанционных образовательных технологий.

1.4. Цели планируемые результаты обучения

Цель: формирование у слушателей компетенций, необходимых для эффективного решения управленческих задач и освоения современных инструментов Интернет-маркетинга при построении системы маркетингового управления предприятием.

Характеристика профессиональной деятельности выпускника

Выпускник готовится к выполнению следующих видов деятельности: деятельность по проведению исследований в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", Разработки стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет, управлению реализацией стратегии интернет-продвижения,

Планируемые результаты обучения

Выпускник должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими видам деятельности (ВД) по соответствующему профессиональному стандарту (ПС): 06.016 «Руководитель проектов в области информационных технологий» утверждён приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 27.04.2023 г. № 369н; 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу» утверждён приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 16 мая 2019 г. N 54635

Профессиональные компетенции	Знания	Умения	Практический опыт (владение)
1	2	3	4
ПК – 1 способен проводить исследования в	Знает основы исследований в области информационно-	Умеет применять цифровые технологии в	Владеет навыками проведения процедуры исследования в

информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	телекоммуникационной сети "Интернет"	системе управления исследовательской деятельностью	информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ПК – 2 способен разрабатывать стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Знает элементы системы продвижения продукта в сети «Интернет»	Умеет систематизировать инструменты продвижения в сети «Интернет» для разработки стратегии продвижения	Владеет навыками обобщения функций и инструментов управления стратегией продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ПК – 3 способен разрабатывать систему управления реализацией стратегии интернет-продвижения	Знает методы анализа элементов системы стратегии интернет-продвижения	Умеет принимать обоснованные управленческие решения основываясь на формировании последовательности разработки и управления стратегией интернет-продвижения	Владеет навыками всесторонней систематизации показателей деятельности организации для построения эффективной системы управления реализацией стратегии интернет-продвижения
ПК – 4 способен осуществлять управление проектами в области ИТ на основе полученных планов проектов в условиях, когда проект не выходит за пределы утвержденных параметров	Знает методы бизнес-анализа и оценки основных показателей проектной деятельности организации	Умеет применять современные цифровые информационные технологии при осуществлении бизнес-анализа	Владеет навыками управления проектами в области ИТ на основе полученных планов проектов в условиях

1.5. Трудоемкость программы 432 часа.

II. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование учебных курсов, дисциплин (модулей), практик (для программ IIII)	Формы промежуточ ой аттестации ¹ (при наличии)	Обязательные учебные занятия		Самостоятельная работа обучающегося (при наличии)		Всего (час.)
			Всего (час.)	в т. ч. лабораторные и практические занятия (час.) ²	Всего (час.)	в т. ч. консультаций при выполнении самостоятельной работы (при наличии) (час.)	
1	2	3	4	5	6	7	8
	Модуль 1. Электронный бизнес. Электронная коммерция	Зачет	36		34		70
1.	Тема 1. Модели электронного бизнеса. Отличие коммерции в традиционном виде и электронной коммерции. Виды электронной коммерции: B2B, B2C, C2C. Модели реализации		6	4	6	2	12
2.	Тема 2. Основные модели электронной коммерции: модели электронного бизнеса, бизнес- ориентированные на бизнес- партнера, модели электронного бизнеса, ориентированные на конечного пользователя. Модели получения доходов в электронной коммерции		6	4	6	2	12
3.	Тема 3. Платежные системы электронного бизнеса.		6	4	4	2	10
4.	Тема 4. Информационная безопасность. Системы защиты		6	4	6	2	12

¹ Возможные формы промежуточной аттестации: зачет, дифференцированный зачет, экзамен² При необходимости могут быть указаны и иные виды учебных занятий, в т.ч. путем добавления соответствующих столбцов в таблице

	информации в Интернете. Стандарты защиты данных. Основы безопасности электронной коммерции							
5.	Тема 5. Модели маркетинга в сети Интернет и их место в общем маркетинге компаний. Модель реклама в сети Интернет	6	4	6	2	12		
6.	Тема 6. Анализ эффективности маркетинга и рекламы в Интернет	6	4	6	2	12		
Модуль 2.		36		36		72		
Интернет-аналитика – основа продвижения современного предприятия								
7.	Тема 7. Предмет и задача дисциплины «Интернет-аналитика и продвижение современного предприятия». Компоненты Интернет-аналитики.	6	4	6	2	12		
8.	Тема 8. Сегменты электронного бизнеса. Источники получения информации об аудитории Интернета. Ситуационный анализ рынка.	6	4	6	2	12		
9.	Тема 9. Потребительская аудитория: потенциальная, целевая, основные характеристики потребительской аудитории Интернет. Сегментирование рынка. Инструменты и сервисы исследования потребительской и целевой аудитории.	6	4	6	2	12		
10.	Тема 10. Исследования в Интернет. Экономическая эффективность проекта в сети Интернет. Построение системы маркетинга в среде	6	4	6	2	12		

	Интернет. Исследования рынков, конкурентов, потребителей.								
11.	Тема 11. Стратегический анализ рынка – основа разработки стратегии продвижения современного предприятия.	12	8	12	4	24			
	Модуль 3.	Зачет		36		72			
	Модели электронной коммерции								
12.	Тема 12. Предмет и задача дисциплины "Модели электронной коммерции"	6	4	6	2	12			
13.	Тема 13. Инновационные бизнес-модели. Четыре типа бизнес-моделей: продуктовая, модель решений, посредническая, мульти модель.	6	4	6	2	12			
14.	Тема 14. Способы описания(построения) бизнес-моделей. Канва Остервальдера-Пинье.	6	4	6	2	12			
15.	Тема 15. Создание проекта деятельности в Интернет. Экономическая эффективность сетей типа Интернет.	6	4	6	2	12			
16.	Тема 16. Маркетинговые исследования в Интернете. Система маркетинга в среде Интернет как модель бизнеса.	6	4	6	2	12			
17.	Тема 17. Интернет-исследования рынков, конкурентов, потребителей.	6	4	6	2	12			
	Модуль 4.	Зачет		36		72			
	Сегментирование рынка и изучение потребительских предпочтений								
18.	Тема 18. Цели сегментирования рынка	8	4	8	4	16			
19.	Тема 19. Критерии сегментирования	8	4	8	4	16			

	рынка									
20.	Тема 20. Понятие потребительских предпочтений		8	4		8		4		16
21.	Тема 21. Правила и процедуры изучения потребительских предпочтений		12	8		12		4		12
	Модуль 5. B2B маркетинг: аналитика и результативное управление	Зачет	36			36				72
22.	Тема 22. Особенности B2B-маркетинга		6	4		6		2		12
23.	Тема 23. Ключевые отличия B2B-маркетинга от B2C-маркетинга		6	4		6		2		12
24.	Тема 24. Мотивация в B2B		12	8		12		2		12
25.	Тема 25. Показатели эффективности в B2B-маркетинге		12	8		12		2		12
	Модуль 6. Управление продажами	Зачет	36			36				72
26.	Тема 26. Содержание управления продажами		6	4		6		2		12
27.	Тема 27. Инструменты управления продажами		6	4		6		2		12
28.	Тема 28. Методы управления процессом продаж		12	8		12		2		12
29.	Тема 29. Внедрение изменений в процесс управления продажами		12	8		12		2		12
30.	Итоговая аттестация	Экзамен	2							2
Всего по программе:			218			214				432

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Требования к квалификации педагогических кадров, представителей предприятий и организаций, обеспечивающих реализацию образовательного процесса.

Реализация программы повышения квалификации обеспечивается сотрудниками университета, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на условиях договора гражданско-правового характера. Доля научно-педагогических работников, имеющих образование, соответствующее профилю программы повышения квалификации, в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу, должна составлять не менее 50 процентов. Доля научно-педагогических из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (реализуемой программы) (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе работников, реализующих программу повышения квалификации не менее 10 процентов.

Требования к материально-техническим условиям

Для реализации программы необходима одна учебная аудитория для проведения лекционных и семинарских занятий.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета: аудитория должна быть оборудована учебной мебелью, доской.

Технические средства обучения: компьютер или ноутбук с выходом в Интернет, проектор, экран.

Требованиям к информационным и учебно-методическим условиям
Для реализации программы необходима обеспеченность основной литературой из расчета 50 экземпляров на каждые 100 студентов. Для реализации программы необходим доступ обучающихся к ЭБС университета, а также обеспечение их справочными и другими учебно-методическими изданиями в печатном или электронном виде.

Перечень используемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

1. Основные источники:

1. Гузуева Э. Р., Рахимов А. А. Электронный маркетинг: проблемы и возможности / Современные педагогические технологии профессионального образования : сборник статей : материалы
2. Гаврилов Л. П. Электронная коммерция : Учебник и практикум для вузов. - 4-е изд.. - Москва: Юрайт, 2021. - 521 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL:
3. Гаврилов Л. П. Электронная коммерция : Учебник и практикум для вузов. - 3-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 477 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/450865>
4. Кобелев О. А. Электронная коммерция : учебное пособие. - Москва: Дашков и К°, 2018. - 684 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496127>
5. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебное пособие по выполнению практических работ. - 2021-05-25; Электронная коммерция. - Москва: СОЛОН-Пресс, 2017. - 112 с. - Текст : электронный //
6. Крахоткина Е. В. Системы электронной коммерции и технологии их проектирования : лабораторный практикум. - Ставрополь: Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2017. - 132 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494808>
7. Калужский М. Л. Маркетинговая среда электронной коммерции: формирование и институциональное регулирование : монография. - Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2017. - 260 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473028>
8. Гаврилов Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : Учебник для бакалавров. - Москва: Юрайт, 2019. - 372 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/425884>
9. Божук С. Г. Маркетинговые исследования : Учебник для вузов. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2021. - 304 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/470338>
10. Карасев А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : Учебник и практикум для вузов. - пер. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 315 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/450531>
11. Азарова С. П., Земляк С. В., Захаренко И. К., Карпова С. В., Козлова Н. П., Поляков В. А., Рожков И. В., Фирсов Ю. И., Фирсова И. А. Маркетинговые исследования: теория и практика : Учебник Для прикладного бакалавриата. - Москва: Юрайт, 2019. - 314 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/425984>
12. Божук С. Г. Маркетинговые исследования : Учебник для вузов. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 304 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/451920>

2. Дополнительные источники:

1. Нам С. Э. Основы электронного бизнеса : практикум. - Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2017. - 52 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483705>

2. Кудряшов, А. А. Электронный бизнес : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Электронный бизнес. - Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2017. - 175 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/75426.html>
3. Медведева, М. А., Медведев, М. А. Электронный бизнес. Часть 1 : учебное пособие. - 2022-08-31; Электронный бизнес. Часть 1. - Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016. - 108 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/69764.html>
4. Старовойтова Т. Ф. Электронный бизнес и коммерция: ответы на экзаменационные вопросы : самоучитель. - Минск: ТетраСистемс, 2009. - 144 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572111>
5. Белов В. А. Российская наука торгового права в ее литературной истории (материалы к библиографии российской коммерциалистики) : Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2021. - 61 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/475115>
6. Азарова С. П., Земляк С. В., Захаренко И. К., Карпова С. В., Козлова Н. П., Поляков В. А., Рожков И. В., Фирсов Ю. И., Фирсова И. А. Маркетинговые исследования: теория и практика : Учебник Для прикладного бакалавриата. - Москва: Юрайт, 2021. - 315 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/478126>
7. Азарова С. П., Земляк С. В., Захаренко И. К., Карпова С. В., Козлова Н. П., Поляков В. А., Рожков И. В., Фирсов Ю. И., Фирсова И. А. Маркетинговые исследования: теория и практика : Учебник Для прикладного бакалавриата. - Москва: Юрайт, 2019. - 314 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/425984>
8. Бекмурзаев, И. Д., Дадаев, Я. Э. Маркетинговые исследования : учебное пособие. - 2026-04-28; Маркетинговые исследования. - Грозный: Чеченский государственный университет, 2019. - 155 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/107264.html>
9. Алёхина, Е. И., Байнев, В. Ф., Борис, О. А., Воронцова, Г. В., Година, О. В., Головачев, А. С., Горбенко, Л. И., Журавель, В. Ф., Капустина, Л. М., Козлова, О. А., Кузнецова, А. С., Кузьменко, И. И., Лепяхова, Е. Н., Максименко, Л. С., Момотова, О. Н., Мороз, В. В., Парахина, В. Н., Пономарева, Е. А. Промышленная политика и маркетинговые стратегии как драйверы развития новой экономики в условиях глобализации и диверсификации производства : коллективная монография. - Весь срок охраны авторского права; Промышленная политика и маркетинговые стратегии как драйверы разв. - Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. - 360 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/92587.html>
10. Брезгина, К. В., Антинескул, Е. А., Ясырева, А. А. Маркетинговые исследования : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Маркетинговые исследования. - Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 141 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/83809.html>
11. Галицкий Е. Б., Галицкая Е. Г. Маркетинговые исследования. Теория и практика : Учебник для вузов. - пер. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2019. - 570 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/425174>
12. Голубкова Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : Учебник и практикум для вузов. - пер. и доп; 3-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 363 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/450157>
13. Дианова, В. А., Романов, А. А. Маркетинговые исследования : учебное наглядное пособие для обучающихся по направлению подготовки бакалавриата «менеджмент». - Весь срок охраны авторского права; Маркетинговые исследования. - Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 114 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/76919.html>

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Цифровой образовательный ресурс IPR SMART. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>
2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>

3. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <http://biblio.tsutmb.ru/elektronnyij-katalog>
4. Электронная библиотека РФФИ. – URL: <https://www.rfbr.ru/rffi/ru/library>
5. SpringerOpen (ресурсы Springer открытого доступа): база данных. – URL: <https://www.springeropen.com>
6. Polpred.com Обзор СМИ (электронный архив публикаций информагентств). – URL: <https://polpred.com>
7. Справочная правовая система "Консультант плюс". – URL: <http://www.consultant.ru>
8. Архив научных журналов зарубежных издательств. – URL: <https://arch.neicon.ru>
9. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: <https://www.prilib.ru>
10. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. – URL: <https://biblioclub.ru>
11. Консультант студента. Гуманитарные науки: электронно-библиотечная система. – URL: <https://www.studentlibrary.ru>
12. Scopus: база данных. – URL: <https://www.scopus.com>
13. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека». – URL: <https://rusneb.ru>
14. Российская государственная библиотека. – URL: <https://www.rsl.ru>
15. Российская национальная библиотека. – URL: <http://nlr.ru>
16. Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина. – URL: <http://www.tambovlib.ru>
17. ЭБС «Консультант студента»: коллекции: Медицина. Здравоохранение. Гуманитарные науки (комплект Тамбовского ГУ). – URL: <http://www.studentlibrary.ru>
18. Электронный справочник «Информо». – URL: <https://www.informio.ru>
19. Юрайт: электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru>

Информационные справочные системы:

1. Электронная библиотека ТГУ. – URL: <https://elibrary.tsutmb.ru/>
2. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <http://biblio.tsutmb.ru/elektronnyij-katalog/>
3. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. – URL: <http://www.biblioclub.ru>
4. КнигаФонд : электронно-библиотечная система. – URL: <http://knigafund.ru>
5. Консультант студента. Гуманитарные науки: электронно-библиотечная система. – URL: <http://www.studentlibrary.ru>
6. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. – URL: <http://elibrary.ru>
7. Российская государственная библиотека. – URL: www.rsl.ru
8. Российская национальная библиотека. URL: www.nlr.ru
9. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. URL: <http://www.prilib.ru>
10. Научная электронная библиотека Российской академии естествознания. – URL: www.monographies.ru
11. Электронная библиотека РФФИ. – URL: www.rfbr.ru/rffi/ru/library
12. Vivaldi: сеть электронных библиотек. – <http://www.vivaldi.ru/>