

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Филологический факультет

УТВЕРЖДАЮ:
Декан филологического факультета

 И. В. Тубалова

« 31 » август 2022_ г.

Рабочая программа дисциплины

Интернет-маркетинг

по направлению подготовки

42.03.03 Издательское дело

Направленность (профиль) подготовки :
Книгоиздательское дело

Форма обучения
Очная

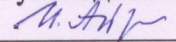
Квалификация
Бакалавр

Год приема
2022

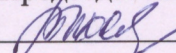
Код дисциплины в учебном плане: Б1.О.23

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОПОП

 И.А. Айзикова

Председатель УМК

 Ю.А. Тихомирова

Томск – 2022

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

- **УК-10** – способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности;
- **ПК-4** – способность к организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

- **ИУК-10.1.** Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике;
- **ИУК-10.2.** Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей;
- **ИПК-4.1.** Понимает особенности организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ, их регламентированность гражданским законодательством РФ, стандартами и иными нормативными актами;
- **ИПК-4.2.** В целях организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ определяет целевую аудиторию потребителей, отбирает информацию о ситуации на рынке, использует технологии маркетинговых исследований;
- **ИПК-4.3.** Использует современные информационные технологии и программные продукты для организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ.

2. Задачи освоения дисциплины

- изучить принципы организации маркетинговой деятельности в Интернете с учетом текущих экономических факторов;
- сформировать навыки, необходимы для продвижения издательских компаний и их продуктов в Интернете.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части образовательной программы.

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Семестр 8, экзамен

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: «Теория и практика коммуникации», «Правоведение», «Инклюзивная культура современного общества», «Экономика», «Предпринимательство», «Основы цифровой грамотности», «Современное издательское дело», «Психология и социология чтения», «Визуальная семиотика и дизайн», «Медиаконтент и технологии его создания», «Компьютерная графика», «Мультимедийные технологии в издательской деятельности», «Графические редакторы», «Рейтинг», «Копирайтинг», «Маркетинг в издательском деле», «Экономика издательского дела», «Правовые основы издательского дела», «Печатные и электронные средства информации», проектно-технологическая практика.

6. Язык реализации

Русский.

7. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

– лекции: 16 ч.;

– практические занятия: 16 ч.

в том числе практическая подготовка: 16 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом: 38,4 ч.

8. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Тема 1. Особенности маркетинга в эпоху цифровых коммуникаций

Персонализация в маркетинге. Глобальная сеть как универсальный телекоммуникационный канал. Ресурсы сети. Аудитория сети. Социальные сети.

Тема 2. Маркетинговые исследования в сети: проведение опросов, поисковые системы

Опросы в сети. Сервисы опросов. Планирование «полевых» исследований в сети. Средства для составления анкеты и сбора данных. Поисковые средства сети. Специальные поисковые системы. Поиск маркетинговой информации в блогосфере. Сервисы для автоматизации процессов поиска

Тема 3. Web-аналитика

Показатели для анализа трафика и поведения на сайте. Анализ эффективности сайта

Тема 4. Организация продвижения в сети Интернет

Методы рекламы в сети Интернет. Контекстная реклама. Медийная реклама. Планирование рекламных кампаний в сети Интернет. Другие инструменты продвижения, используемые в сети. Связи с общественностью. Продвижение в социальных сетях.

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости и выполнения домашних заданий и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Экзамен в восьмом семестре проводится в формате сдачи индивидуального портфолио, состоящего из ряда работ по заданиям, предлагаемым студентам в ходе практических занятий, а также презентации итоговой проектной работы в виде программы продвижения издательства и его продукции. Портфолио и проект позволяют комплексно оценить степень усвоения ИУК-10.1–10.2 и ИПК-4.1–4.3.

Примеры заданий

- 1.** Составление маркетинговой web-коммуникации для мероприятия
- 2.** Исследование интернет-аудитории
- 3.** Составление требований к сайту
- 4.** Составление плана рекламы для продвижения сайта в сети

Результаты экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Результаты текущего контроля учитываются при выставлении итоговой оценки.

Оценка «отлично» выставляется при условии предоставления студентом полного портфолио индивидуальных работ, каждая из которых была одобрена преподавателем, регулярной посещаемости занятий и успешной защиты итогового проекта.

Оценка «хорошо» выставляется в случае, если не более 1 из 4 работ предоставлены с замечаниями, студент регулярно посещал занятия и защитил итоговый проект.

Оценка «удовлетворительно» выставляется в случае, если более 2 из 4 работ сданы с замечаниями, студент нерегулярно посещал занятия, но защитил итоговый проект.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется в случае, если более 2 из 4 работ сданы с замечаниями, студент нерегулярно посещал занятия и не смог защитить итоговый проект.

Критерии оценивания проекта

Критерий	Оценка			
	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Формулировка и обоснованность замысла	Замысел имеет существенные изъяны и не обоснован	Замысел имеет некоторые изъяны и слабое обоснование	Замысел не имеет изъянов, но недостаточно обоснован	Замысел не имеет изъянов и достаточно обоснован
Объем реализации программы	Программа не реализована	Программа реализована частично	Программа реализована с некоторыми упущениями	Программа реализована в полном объеме
Владение маркетинговыми инструментами и методами				

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» – <https://moodle.tsu.ru/enrol/index.php?id=13150>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

в) План семинарских / практических занятий по дисциплине.

г) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

– Акулич М.В. Интернет-маркетинг: учебник / М.В. Акулич. – М.: Дашков и К, 2021. – 352 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/229319>

– Кульпин С.В. Структура и содержание интернет-маркетинга: учеб. пособие / С.В. Кульпин ; под ред. Е.В. Попова. – М.: ФЛИНТА, 2022. – 100 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/231671>

– Сухарев О.С. Функциональный и интернет-маркетинг: монография / О.С. Сухарев, Н.В. Курманов, К.Р. Мельковская. – М.: КУРС; ИНФРА-М, 2019. – 352 с. – URL: <https://znaniium.com/catalog/product/1027551>

– Наумов В.Н. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж: учебник / В.Н. Наумов. — М.: ИНФРА-М, 2022. — 404 с.

б) дополнительная литература:

- Управление продажами: учебник / под общ. ред. С.В. Земляк. – М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2019. – 300 с.
- Прохорова М.В. Организация работы интернет-магазина: пособие / М.В. Прохорова, А.Л. Коданина. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2020. – 332 с.
- Толмачев А.Н. Реклама в Интернете. Курс молодого бойца: практическое руководство / А.Н. Толмачев. – СПб.: БХВ-Петербург, 2021. – 240 с.
- Фальк К. Рекомендательные системы на практике: практическое руководство / К. Фальк; пер. с англ. Д.М. Павлова. – М.: ДМК Пресс, 2020. – 448 с.
- Петроченков А. Введение в Google Analytics: практическое руководство / А. Петроченков. – СПб.: Питер, 2018. – 224 с.

в) ресурсы сети Интернет:

- Общероссийская Сеть КонсультантПлюс Справочная правовая система.
<http://www.consultant.ru>
- Открытые системы — www.osp.ru
- Энциклопедия маркетинга — www.marketing.spb.ru
- Гильдия маркетологов — www.marketologi.ru
- Служба опросов интернет-аудитории — www.voxru.net

13. Перечень информационных технологий

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office OneNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
- публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс.Диск и т.п.).

б) информационные справочные системы:

- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
- Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
- ЭБС «Лань» – <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС «Консультант студента» – <http://www.studentlibrary.ru/>
- Образовательная платформа «Юрайт» – <https://urait.ru/>
- ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
- ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

15. Информация о разработчиках

Смолянинов Артем Витальевич, аспирант, ассистент кафедры общего литературоведения, издательского дела и редактирования ФилФ НИ ТГУ.