

Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя»
(РИЗП)



Утверждаю

Ректор РИЗП

К.И.Н., доц., Паршин А.В.

11 декабря 2015 г.

Рассмотрено
на Ученом совете РИЗП
протокол №5/2 от
11 декабря 2015 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Интернет маркетинг

(наименование дисциплины (модуля))

Код и наименование направления подготовки	38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль)	<u>Маркетинг</u> (наименование направленности)
Квалификация (степень) выпускника	бакалавр

Ростов-на-Дону
2015 г.

Программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 ноября 2015г. № 1334.

Рабочая программа разработана для студентов 2015 года набора на 2015/2016 учебный год.

Автор(ы):

к.э.н., доц. Тимченко Е.Ю.

(инициалы, фамилия, должность, ученая степень, ученое звание)

Рекомендована кафедрой гуманитарных и социально-экономических дисциплин

протокол № 5/1 от 10.12.2015г.

Заведующий кафедрой

/ Гайломазова Е.С./

(подпись, фамилия, инициалы)

Рабочая программа переутверждена для студентов 2015, 2016

годов набора на 2016/2017

учебный год с учетом обновлений раздела (ов) 10

Ректор института



Паршина А.А.

2016 г.

Рабочая программа переутверждена для студентов 2015, 2016,

2017

годов набора на 2017/2018

учебный год с учетом обновлений раздела (ов) 10

Ректор института



Паршина А.А.

2017 г.

Рабочая программа переутверждена для студентов 2015, 2016,

2017, 2018

годов набора на 2018/2019

учебный год с учетом обновлений раздела (ов) 10

Ректор института



Паршина А.А.

2018 г.

Рабочая программа переутверждена для студентов

2016, 2017, 2018, 2019 годов набора на 2019/2020 учебный год с учетом обновления раздела (ов) 10.

Ректор института
27 июня 2019 года

Паршина А.А.

© Тимченко Е.Ю., 2015
© РИЗП, 2015

Рабочая программа переутверждена для студентов 2014, 2018
2019, 2020 годов набора на 2020/2021
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) 2, 3, 4, 10.



Ректор института

/ Паршина А.А. /

« 25 » июня 20 20 г.

Рабочая программа переутверждена для студентов _____
_____ годов набора на _____
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) _____.

Ректор института

/ Паршина А.А. /

« ___ » _____ 20 ___ г.

Рабочая программа переутверждена для студентов _____
_____ годов набора на _____
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) _____.

Ректор института

/ Паршина А.А. /

« ___ » _____ 20 ___ г.

Рабочая программа переутверждена для студентов _____
_____ годов набора на _____
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) _____.

Ректор института

/ Паршина А.А. /

« ___ » _____ 20 ___ г.

Рабочая программа переутверждена для студентов _____
_____ годов набора на _____
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) _____.

Ректор института

/ Паршина А.А. /

« ___ » _____ 20 ___ г.

Цели и задачи освоения дисциплины «Интернет маркетинг»

Цели освоения дисциплины: овладение студентами системой теоретических знаний и практических навыков по информационному обеспечению маркетинга, обучение студентов методикам использования инструментов интернет маркетинга для построения системы маркетинга предприятия.

Задачи курса:

- раскрытие сущности интернет маркетинга и особенностей применения его инструментов;
- формирование навыков предпринимательской деятельности на рынке бизнес-информации;
- обучение приемам и методам формирования и использования информационных ресурсов в маркетинговой деятельности предприятия.

Раздел 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

Формируемые компетенции		планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) (знания и (или) умения и (или) навыки и (или) опыт деятельности, формируемые данной компетенцией)
индекс	формулировка	
ОПК-4	способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией	<u>Знать:</u> сущность, цели и задачи электронных инструментов маркетинга, его влияние на эффективность решения задач в организационно-экономической сфере; <u>Уметь:</u> выбирать соответствующие аппаратные и программные средства для обработки экономической информации в коммерческой, маркетинговой, рекламной сфере; <u>Владеть:</u> технологиями, способами и средствами создания, хранения, передачи информации с помощью ПК и компьютерных сетей

ПК-8	готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	<p><u>Знать:</u> основные аспекты предпринимательской деятельности на рынке бизнес-информации</p> <p><u>Уметь:</u> организовать продажу товаров (услуг) через Интернет; применять знания в качестве важнейшего компонента в производстве товаров и услуг</p> <p><u>Владеть:</u> технологиями совершенствования коммерческих операций; проблемах социальной сферы, связанных с реализацией интернет-технологий; о сертификации и лицензировании в области электронной коммерции</p>
------	---	--

Раздел 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Дисциплина «Интернет маркетинг» относится к вариативной части учебного плана ООП ВО по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Успешное обучение по курсу «Интернет маркетинг» предполагает наличие знаний, полученных в результате освоения курсов «Основы маркетинга», «Управление маркетингом», «Маркетинговые коммуникации», «Рекламная деятельность».

Дисциплина «Интернет маркетинг» закладывает основы теоретических знаний для дальнейшего успешного освоения таких дисциплин, как «Инновационный маркетинг», «Международный маркетинг» и др.

Раздел 3. 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 3 зачетных единицы или 108 часов.

Основной единицей трудоемкости является зачетная единица (з.е.), равная 36 часам учебного времени.

Форма обучения	Заочная
Срок обучения	5 лет
Общий объем час по УП	108
Всего аудиторных занятий, час, в том числе:	14
- лекции	6
- семинарские занятия	8
- практические занятия	-
- лабораторные занятия	-
Самостоятельная работа, час.	94
Подготовка занятия семинарского типа	30

4

конспектирование первоисточников и другой учебной литературы, проработка учебного материала по конспектам, учебной и научной литературе	25
самостоятельное изучение вопросов по теме	37
выполнение курсовых проектов (работ)	-
подготовка к промежуточной аттестации	2
Зачеты, по семестрам,	9
Экзамены, по семестрам	-

**Раздел 4. Содержание дисциплины «Интернет маркетинг»
структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них
количества академических часов и видов учебных занятий**

Формируемые компетенции	Названия тем	Трудоёмкость по видам учебной работы					
		Общая трудоёмкость	Контактная работа				Самостоятельная работа
			лекции	практические	семинарские	лабораторные работы	
ОПК-4	Тема 1. Сущность Интернет-маркетинга и его инструменты						
	Заочная форма обучения	12	1		1	10	
ОПК-4	Тема 2. Предпринимательская деятельность на рынке бизнес-информации						
	Заочная форма обучения	12	1		1	10	
ОПК-4, ПК-8	Тема 3. Анализ современного российского рынка бизнес-информации						
	Заочная форма обучения	12	1		1	10	
ОПК-4, ПК-8	Тема 4. Маркетинговые стратегии поведения в экономике с несовершенной информационной инфраструктурой						
	Заочная форма обучения	12	1		1	10	
ОПК-4, ПК-8	Тема 5. Эффективность информации электронной коммерции						
	Заочная форма обучения	11,5	0,5		1	10	
ОПК-4, ПК-8	Тема 6. Финансовые операции в сети Интернет						
	Заочная форма обучения	11,5	0,5		1	10	
ОПК-4, ПК-8	Тема 7. Электронная торговля						
	Заочная форма обучения	11,5	0,5		1	10	
ОПК-4,	Тема 8. Правовое регулирование в						

5

ПК-8	сети Интернет					
	Заочная форма обучения	11,5	0,5		1	10
ОПК-4, ПК-8	Тема 9. Безопасность электронной коммерции					
	Заочная форма обучения	12	-		-	12
Подготовка к промежуточной аттестации						
Заочная форма обучения		2				2

Содержание дисциплины «Интернет маркетинг»

Тема 1. Сущность Интернет–маркетинга и его инструменты

Характеристика инструментов Интернет–маркетинга. Методика использования инструментов «Интернет–маркетинга» для построения системы маркетинга предприятия на основе WEB–сервера в среде интернета. Юридическая природа Интернет.

Руководящие нормативно–правовые акты при работе в Сети. Юридическая сущность Всемирной Сети.

Тема 2. Предпринимательская деятельность на рынке бизнес–информации

Информация – как ресурс предпринимательской деятельности. Структура и механизм функционирования современного российского рынка бизнес–информации. Сегментирование рынка бизнес–информации в сфере занятости населения. Факторы эффективной предпринимательской деятельности на рынке бизнес–информации.

Общие и специфические проблемы развития рынка бизнес–информации в современной России. Формирование и использование информационных ресурсов – как ключевая проблема создания единого информационного пространства.

Тема 3. Анализ современного российского рынка бизнес–информации

Основные тенденции и проблемы развития рынка бизнес–информации. Информационное обеспечение предпринимательской деятельности за рубежом. Телекоммуникационные сети – как новый прототип будущего единого информационного пространства бизнес–субъектов.

Тема 4. Маркетинговые стратегии поведения в экономике с несовершенной информационной инфраструктурой

Особенности анализа маркетинговых стратегий в условиях неопределенности. Модель по маркетинговой стратегии поведения предприятий – потребителей рабочей силы. Модель маркетинговой стратегии. Поведение трудовых посредников. Динамические свойства процессов самоорганизации рынка кадровой информации. Образование маркетинговых информационных структур и схем поведения.

Тема 5. Эффективность информации электронной коммерции

Основные понятия эффективности электронной коммерции. Использование Интернет для достижения прибыли. Методы оценки эффективности систем электронной коммерции. Примеры оценки эффективности электронной коммерции. Оценка эффективности вложений в информационные технологии.

Тема 6. Финансовые операции в сети Интернет

Оплата, заказанных в Интернет услуг и товаров наличными деньгами при получении товара от курьера – либо наложенным платежом. Оплата заказных в Интернете услуг и товаров посредством внесения необходимой суммы на расчетный счет продавца. Расчеты с использованием платежных банковских карт. Расчеты с использованием специальных электронных систем. Реклама в Интернет. Общие положения о рекламе. Налог на рекламу. Заключение договоров посредством Интернет.

Тема 7. Электронная торговля

Организация работы интернет-магазина. Первоначальный этап организации работы электронного магазина. Второй этап организации электронного магазина. Третий этап организации электронного магазина. Защита прав покупателя в электронном магазине.

Тема 8. Правовое регулирование в сети Интернет

Авторское право. Обеспечение доказательств в сети Интернет. Этапы доказывания. Виды доказательств в Интернет-спорах. Правовое регулирование электронной подписи.

Тема 9. Безопасность электронной коммерции

Термины и определения. Виды и источники угроз. Способы оценки эффективности системы безопасности электронной коммерции. Вопросы правового регулирования безопасности электронной коммерции. риски в электронной коммерции.

Раздел 5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) (Приложение №1)

Раздел 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

– Учебно-методические указания по организации самостоятельной работы студентов и проведению практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю).

Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины «Интернет маркетинг»

7.1. Нормативные документы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законом РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008г. № 6 ФКЗ, от 30.12.2008г. № 7-ФКЗ// СЗ РФ. 2009. №4. Ст.445
2. Гражданский кодекс Российской Федерации 30.11.1994 №51-ФЗ (ред.23.06.2014 №171-ФЗ)// СПС Консультант Плюс 2015//
3. Федеральный закон РФ «О коммерческой тайне» 29.07.2004г. № 98-ФЗ (11.07.2011г. №200-ФЗ)// СПС Консультант Плюс 2015//
4. Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации» от 27.07.2006г.№149-ФЗ (ред.28.12.2013г. №398-ФЗ)// СПС Консультант Плюс 2015//
5. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 7.02.1992 (ред.5.05.2014г.№112-ФЗ)// СПС Консультант Плюс 2015//

7.2. Основная литература

1. Маркетинговые исследования: учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. / Б.Е. Токарев. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2011. – 512 с. (библиотека ЧОУ ВО «РИЗП»)
2. Кузнецова Л.В. Черкасова Ю.Ю. Основы маркетинга: учебное пособие. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2012 – 139 с. (Библиотека ЧОУ ВО «РИЗП»)
3. Васильева Г.А., Романов А.А., Поляков В.А. Маркетинг розничного торгового предприятия: учебное пособие. – М.: Вузовский учебник, 2011. – 159 с. (Библиотека ЧОУ ВО «РИЗП»)
4. Секерин В.Д. Инновационный маркетинг: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 238 с. (Библиотека ЧОУ ВО «РИЗП»)
5. Минько Э.В., Карпова Н.В. Маркетинг: учебное пособие. М.: Издательство: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 г. (ЭБС КнигаФонд)

7.3. Дополнительная литература

6. Жуков Б.М., Романов А.А., Басенко В.П. Маркетинг: Учебное пособие. М.: Издательство: Дашков и К, 2012 г. (ЭБС КнигаФонд)
7. Данько Т.П. Управление маркетингом: учебник. 3-е изд., перераб и доп. – М.: ИНФРА-М, 2012 – 363 с. (Библиотека ЧОУ ВО «РИЗП»)
8. Драганчук Л.С. Потребительское поведение: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2012 (Библиотека ЧОУ ВО «РИЗП»)
9. Электронная коммерция: учебное пособие / Е.В. Сибирская, О.А. Старцева. – М.: Форум, 2012 (Библиотека ЧОУ ВО «РИЗП»)
10. Варакута С.А. Связи с общественностью: учебное пособие. – М.: НИЦ Инфра-М, 2012. – 207 с. (Библиотека ЧОУ ВО «РИЗП»)
11. Маркетинг: учебное пособие / Авторы: Минько Э.В., Карпова Н.В.: М.: Издательство: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 г. (ЭБС «КнигаФонд»)

12. Маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для прикладного бакалавриата/ под общ. ред. О.М. Романенковой – М.: Юрайт, 2015 (Библиотека ЧОУ ВО «РИЗП»)
13. Интернет-маркетинг: учебник/под общ.ред. О.Н.Романенковой – М.: Юрайт, 2017

Раздел 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины «Интернет маркетинг»

1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам Интегральный каталог образовательных Интернет-ресурсов, электронная учебно-методическая библиотека для общего и профессионального образования, ресурсы системы федеральных образовательных порталов - <http://window.edu.ru/window>.

Раздел 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Интернет маркетинг»

Освоение дисциплины (модуля) основано на комплексном формировании заданных показателей компетенций, представляющих собой, соответствующие знания, умения и навыки. Показатели компетенций «Знать» формируются преимущественно на основе лекционного материала и частично в результате выполнения заданий на самостоятельную работу.

Показатели компетенций «Уметь» и «Владеть» формируются в результате выполнения практических заданий и в результате выполнения заданий на самостоятельную работу.

К самостоятельной работе студентов относится: конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; проработка учебного материала по конспектам, учебной и научной литературе; самостоятельное изучение вопросов по теме; подготовка к промежуточной аттестации.

Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине «Интернет маркетинг», включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) лицензионное программное обеспечение:

Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 7 home, Microsoft Windows XP, Офисные приложения (Word, Excel, PowerPoint), Антивирусная программа Nod32 academic,

1с: Зарплата и Управление Персоналом 8.1с: Предприятие 8.1с: Бухгалтерия 8.

профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант».

2. Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.

Раздел 11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Интернет маркетинг».

Для материально-технического обеспечения дисциплины используются специальные помещения РИЗП, представляющие собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения РИЗП укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (мультимедийное оборудование).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РИЗП.

Приложение №1
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Интернет маркетинг

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО
КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Интернет маркетинг

(наименование дисциплины (модуля))

Код и наименование направления подготовки	38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль)	<u>Маркетинг</u> (наименование направленности)
Квалификация (степень) выпускника	бакалавр

РАЗДЕЛ 1.

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Дисциплины (модули), формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы		Этап формирования (семестр) по формам обучения
Индекс	Наименование	заочная
Номер компетенции «ОПК-4»	Формулировка компетенции «способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией»	
Б1.Б.9	Информатика	1, 2
Б1.Б.12	Бухгалтерский учет	3
Б1.В.ОД.3	Информационные технологии в маркетинге	8
Б1.В.ОД.5	Информационные технологии в управлении	1
Б1.В.ДВ.7.1	Интернет маркетинг	9
Б2.У.1	Учебная практика (Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)	8
Б2.П.1	Производственная практика (Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	9
Б2.П.2	Преддипломная практика (Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	10
Б3.Д.1	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	10
Номер компетенции «ПК-8»	Формулировка компетенции «готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания»	
Б1.Б.14	Коммерческая деятельность	3, 4
Б1.Б.20	Организация и технология торговли	7, 8

12

Б1.В.ОД.2	Мерчандайзинг в торговле	8
Б1.В.ОД.8	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	7, 8
Б1.В.ОД.10	Международный маркетинг	8
Б1.В.ОД.12	Конкурентоспособность организаций и товаров	9
Б1.В.ДВ.3.1	Организация предпринимательской деятельности	1
Б1.В.ДВ.7.1	Интернет маркетинг	9
Б1.В.ДВ.7.2	Инновационный маркетинг	9
Б1.В.ДВ.8.1	Поведение потребителей	8
Б1.В.ДВ.10.2	Инновации в торговле	8
Б2.П.1	Производственная практика (Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	9
Б2.П.2	Преддипломная практика (Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	10
Б3.Д.1	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	10

1.2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Номер компетенции	Показатели оценивания компетенций (знания и (или) умения и (или) навыки и (или) опыт деятельности, формируемые данной компетенцией)	Критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования		
		1-й уровень «УЗНА- ВАНИЕ»	2-й уровень «ВОСПРО- ИЗВЕДЕНИЕ»	3-й уровень «ПРИ- МЕНЕНИЕ»
ОПК-4	<u>Знать:</u> сущность, цели и задачи электронных инструментов маркетинга, его влияние на эффективность решения задач в организационно-экономической сфере; <u>Уметь:</u> выбирать соответствующие аппаратные и программные средства для обработки экономической информации в коммерческой, маркетинговой, рекламной сфере; <u>Владеть:</u> технологиями, способами и средствами создания, хранения, передачи информации с помощью ПК и компьютерных сетей	+	+	+
ПК-8	<u>Знать:</u> основные аспекты предпринимательской деятельности на рынке бизнес-информации <u>Уметь:</u> организовать продажу товаров (услуг) через	+	+	+

<p>Интернет; применять знания в качестве важнейшего компонента в производстве товаров и услуг <u>Владеть:</u> технологиями совершенствования коммерческих операций; проблемах социальной сферы, связанных с реализацией интернет-технологий; о сертификации и лицензировании в области электронной коммерции</p>			
---	--	--	--

1.3. Шкала оценивания компетенций

Результат зачета	Критерии оценивания компетенций
не зачтено	Студент не знает значительной части программного материала (менее 50% правильно выполненных заданий от общего объема работы), допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, не подтверждает освоение компетенций
зачтено	Студент показывает знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, в целом, не препятствует усвоению последующего программного материала, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне.
	Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, допуская некоторые неточности; демонстрирует хороший уровень освоения материала, информационной и коммуникативной культуры и в целом подтверждает освоение компетенций
	Студент глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач, подтверждает полное освоение компетенций

РАЗДЕЛ 2.

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Типовые контрольные задания и иные материалы – ОПК-4

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний:

1. Общие понятия электронной коммерции и маркетинга в Интернет, история развития
2. Маркетинговые ресурсы глобальной сети Интернет
3. Целевая аудитория и персонализация в сети Интернет
4. Особенности аудитории в сегменте Рунета и возможности ее привлечения
5. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет
6. Виды интернет-рекламы, их эффективность и управление
7. Контекстная реклама. Сервисы контекстной рекламы

8. Связи с общественностью (PR) в сети
9. Информационно-поисковые системы и сервисы
10. Маркетинговые исследования в сети: опросы, анкетирование

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки умений:
Тесты:

1. *Одно рекламное объявление имеет конверсию 5% от 500 кликнувших по объявлению, а второе – 20% от 100. Какое объявление оказалось более успешным?*
 - a) Первое
 - b) Второе
 - c) Они одинаково успешны

2. *Какой код ошибки HTTP нужно использовать, когда сайт временно не доступен?*
 - a) 302
 - b) 404
 - c) 503
 - d) 200

3. *Что такое «вовлечение» в контексте продвижения в социальных сетях?*
 - a) Когда пользователь просмотрел вашу страницу
 - b) Когда пользователь просмотрел ваш пост
 - c) Когда пользователь лайкнул, прокомментировал или расшарил ваш контент
 - d) Все вышеперечисленное

4. *Какое условие для участия в конкурсе Facebook официально считает нелегальным?*
 - a) Лайкнуть пост
 - b) Прокомментировать пост
 - c) Поделиться им с друзьями
 - d) Все вышеперечисленное

5. *Сколько, по мнению Facebook, должно быть текста на рекламном изображении по отношению к площади самого изображения?*
 - b) Более 50%
 - c) Менее 25%
 - d) Менее 33%
 - e) Менее 20%

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки владений:
Проанализируйте стадии выполнения заказа в традиционной (offline) и электронной (online) коммерции и заполните пропуски.

Стадии выполнения заказа	Традиционная коммерция (применяется несколько носителей информации)	Электронная коммерция (применяется только один носитель информации)
Получение информации о товаре	Журналы, рекламные брошюры, электронные каталоги	
Оформление заявки	Консультант	
Просмотр каталогов, определение цены	Каталоги	
Проверка наличия товара и подтверждение цены	Телефон, факс	
Оформление заказа	Печатный бланк	

15

Типовые контрольные задания и иные материалы – ПК-8

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний:

1. Информационная безопасность при проведении маркетинговых исследований
2. Социальные сети как площадка для продвижения и коммуникаций
3. Маркетинговые инструменты российских социальных сетей
4. Web-аналитика и анализ эффективности сайта
5. Продвижение в поисковых системах. SMM продвижение и возможности его применения
6. Сервисы автоматизации профессиональных задач
7. Электронные платёжные сервисы и системы, их использование
8. «Облачные» сервисы и технологии в маркетинге
9. Стратегическое планирование в Интернет-маркетинге, оценка бюджета
10. Оценка эффективности мероприятий Интернет-маркетинга

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки умений:

Тесты:

1. *Изучение товаров в розничном магазине для того, чтобы потом купить его по более дешевой цене в интернет-магазине — это...*

- a) ценовой мониторинг.
- b) шоуруминг.
- c) прайсинг.

2. *Владелец кофейни в одном из оживленных районов города обратился за помощью в разработке стратегии продвижения его кофейни. Его бюджет ограничен, и он не может выделить деньги на полный комплекс средств продвижения, включая онлайн и оффлайн рекламу. Какой набор онлайн-инструментов Вы сможете порекомендовать в первую очередь?*

- a) Поисковое продвижение сайта в Google, продвижение в LinkedIn, реклама на бизнес-порталах и email-маркетинг.
- b) Поисковое продвижение сайта в Google и в Google-картах, ремаркетинг в AdWords, реклама кофейни в Instagram и Facebook, крауд-маркетинг.
- c) Реклама в Youtube, контекстная реклама, раскрутка в Google+, SEO, email-маркетинг и реклама на досках объявлений

3. *К вам обратился владелец интернет-магазина, который был разработан 2 недели назад. Его магазин реализует потребительские товары сезонного спроса, и сезон начнется через 2 месяца. Какой набор инструментов интернет-маркетинга вы его порекомендуете?*

- a) Контекстную рекламу, продвижение в Google-картах и крауд-маркетинг
- b) Контекстную рекламу, рекламу в социальных сетях и крауд-маркетинг
- c) SEO (продвижение в поисковых системах) и продвижение сообществ в социальных сетях
- d) Оффлайн-рекламу и PR-акцию с освещением в местной газете

4. *Что такое товары предварительного выбора?*

- a) Потребительские товары с уникальными характеристиками или марками, ради которых значительные группы покупателей готовы затратить дополнительные усилия. Например, автомобили особых марок, особая видеокамера.
- b) Потребительские товары, которые покупатель в процессе выбора и покупки сравнивает между собой по показателям пригодности, цены, качества и внешнего оформления.

- c) Потребительские товары, о приобретении которых покупатель обычно не думает, независимо от того, знает он или не знает об их существовании, например, страхование жизни, товары-новинки.
- d) Потребительские товары, которые обычно потребляются за один или несколько циклов использования, например, пиво, мыло, соль.

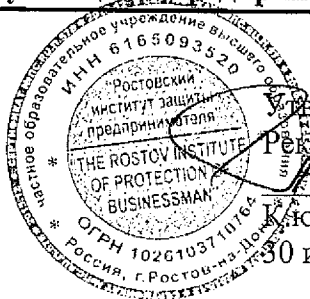
5. В компании, которая является производителем молодежной одежды (женской и мужской) одним из основных каналов сбыта являются продажи через интернет-магазины. Задание — это установить и устранить причину постепенного снижения продаж (тренд падения продаж и роста показателя отказа на сайте наметился ещё 4 года назад).

- a) Сайт заражен вирусом.
- b) Сайт неадаптивен под мобильные устройства.
- c) Сайт используют скрипт чата онлайн-консультанта
- d) На сайте стоит счётчик Google Analytics

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки владений:
Соедините названия бизнес-моделей электронной коммерции с их кратким описанием

1.	B2B = Business-to-Business («компания –компания») -	A	«виртуальное торговое сообщество потребителей», где каждый человек может покупать и продавать вещи;
2.	B2C = Business-to-Consumer («компания – потребитель») -	B	это тот вид деятельности, в котором в качестве продавца либо покупателя выступает государство, транзакции осуществляются с помощью сети Интернет;
3.	C2C =Consumer-to-Consumer («потребитель-потребитель») -	C	вид деятельности, предоставляющий потребителю возможность самостоятельно устанавливать стоимость для различных товаров и услуг, предлагаемых компаниями;
4.	C2B = Consumer-to-Business («потребитель –компания») -	D	подразумевает взаимодействие потребителей посредством интернет-бирж. Потребитель зарегистрирован на одной бирже и посылает заявку на товар и/или услугу на данную биржу. Если на ней заявка не может быть удовлетворена, то она автоматически передается на другую биржу. Модель функционирует до удовлетворения запроса потребителя;
5.	B2G = Business-to-Government («компания – государство») -	E	вид деятельности, когда две компании проводят бизнес-транзакции с помощью Интернета. Включает такие типы моделей, как модель агрегации; модель торгового концентратора; модель доски объявлений; модель аукционов; модель полностью автоматической биржи;
6.	E2E = Exchange-to-Exchange («биржа –биржа») -	F	деятельность нацелена на прямые продажи для потребителя.

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



Верждаю
Ректор РИЗП

К.ю.н., доц., Паршина А.А.
30 июня 2016 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)
(изменения и дополнения к рабочей программе)
на 2016 /2017 учебный год**

В рабочую программу Интернет маркетинг
(наименование дисциплины (модуля))

для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело
(код) наименование направления подготовки)

с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы
вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
<i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i>	<i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i>
<p>лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 7 home, Microsoft Windows XP, Офисные приложения (Word, Excel, PowerPoint), Антивирусная программа Nod 32 academic.</p> <p>1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с: Бухгалтерия 8.</p> <p>профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1.Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». 2.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.</p>	<p>лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 7 home, Microsoft Windows XP, Офисные приложения (Word, Excel, PowerPoint), Антивирусная программа Nod 32 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade.</p> <p>1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с: Бухгалтерия 8.</p> <p>профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1.Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». 2.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. 3.Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух»</p>

дополнения:

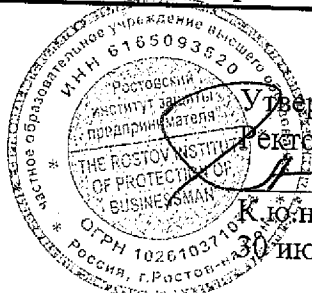
Обновления вносит _____ к.э.н., доц. Левчук В.В.
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры
Маркетинга № 14 от 30.06.2016 г.
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доцент Крамаренко Р.Р.
(подпись) (Ф.И.О)

18

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



Утверждаю
Ректор РИЗП

К. ю. н., доц., Паршина А. А.
30 июня 2017 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)
(изменения и дополнения к рабочей программе)
на 2017 /2018 учебный год**

В рабочую программу Интернет маркетинг
(наименование дисциплины (модуля))
для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело
(код) наименование направления подготовки)
с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы
вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
<i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i>	<i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i>
лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 7 home, Microsoft Windows XP, Офисные приложения (Word, Excel, PowerPoint), Антивирусная программа Nod 32 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с: Бухгалтерия 8. профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1.Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». 2.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. 3.Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух»	лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2013, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с:Бухгалтерия 8. профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. 2.Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух»

дополнения:

Обновления вносит _____ к.э.н., доц. Левчук В.В.
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры
Маркетинга № 11 от 26.06.2017 г.
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доцент Крамаренко Р.Р.
(подпись) (Ф.И.О)

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



Утверждаю
К. Ю. Н. доц., Паршина А.А.

21 сентября 2018 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)
(изменения и дополнения к рабочей программе)
на 2018/2019 учебный год**

В рабочую программу Интернет маркетинг
(наименование дисциплины (модуля))

для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело

(код) наименование направления подготовки)

с учетом заключения договора №146-09/2018 об оказании информационных услуг от 18 сентября 2018 г. по предоставлению доступа к ЭБС «Университетская библиотека онлайн» вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)	Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
<p>7.1. Основная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Маркетинговые исследования: учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. / Б.Е. Токарев. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2011. – 512 с. (библиотека ЧОУ ВО «РИЗП») 2.Кузнецова Л.В. Черкасова Ю.Ю. Основы маркетинга: учебное пособие. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2012 – 139 с. (Библиотека ЧОУ ВО «РИЗП») 3.Васильева Г.А., Романов А.А., Поляков В.А. Маркетинг розничного торгового предприятия: учебное пособие. – М.: Вузовский учебник, 2011. – 159 с. (Библиотека ЧОУ ВО «РИЗП») 4.Секерин В.Д. Инновационный маркетинг: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 238 с. (Библиотека ЧОУ ВО «РИЗП») 5.Минько Э.В., Карпова Н.В. Маркетинг: учебное пособие. М: Издательство: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 г. (ЭБС КнигаФонд) <p>7.2. Дополнительная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Жуков Б.М., Романов А.А., Басенко В.П.Маркетинг: Учебное пособие. М: Издательство: Дашков и К, 2012 г. (ЭБС КнигаФонд) 2.Данько Т.П. Управление маркетингом: учебник. 3-е изд., перераб и доп. – М.: 	<p>7.1. Основная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 352 с. ** 2.Кобелев, О.А. Электронная коммерция : учебное пособие / О.А. Кобелев ; ред. С.В. Пирогова. - 4-е изд. перераб. и доп. - Москва : Дашков и Ко, 2015. - 684 с. ** <p>7.2. Дополнительная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Мартиросян, К.В. Интернет-технологии : учебное пособие / К.В. Мартиросян, В.В. Мишин ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2015. - 106 с. ** 2.Дрокина, К.В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / К.В. Дрокина ; Министерство образования и науки РФ, Южный

ИНФРА-М, 2012 – 363 с. (Библиотека ЧОУ ВО «РИЗП»)

3. Драганчук Л.С. Потребительское поведение: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2012 (Библиотека ЧОУ ВО «РИЗП»)

4. Электронная коммерция: учебное пособие / Е.В. Сибирская, О.А. Старцева. – М.: Форум, 2012 (Библиотека ЧОУ ВО «РИЗП»)

5. Варакута С.А. Связи с общественностью: учебное пособие. – М.: НИЦ Инфра-М, 2012. – 207 с. (Библиотека ЧОУ ВО «РИЗП»)

6. Маркетинг: учебное пособие / Авторы: Минько Э.В., Карпова Н.В.: М.: Издательство: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 г. (ЭБС «КнигаФонд»)

7. Маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / под общ. ред. О.М. Романенковой – М.: Юрайт, 2015 (Библиотека ЧОУ ВО «РИЗП»)

8. Интернет-маркетинг: учебник / под общ. ред. О.Н. Романенковой – М.: Юрайт, 2017

федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. - Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. - Ч. 2. - 76 с. **

* Библиотека РИЗП.
** ЭБС «Университетская библиотека онлайн».

Библиотека РИЗП.

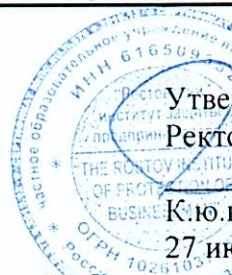
** ЭБС «КнигаФонд».

Обновления вносит _____ к.э.н. доц. Левчук В.В.
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры _____ № 2 от 25.09.2018 г.
Маркетинга
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доцент Крамаренко Р.Р.
(подпись) (Ф.И.О)

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**


 Утверждаю
 Ректор РИЗП
 К.ю.н., доц., Паршина А.А.
 27 июня 2019 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)
(изменения и дополнения к рабочей программе)
на 2019/2020 учебный год**

В рабочую программу _____ **Интернет маркетинг** _____
 (наименование дисциплины (модуля))
 для направления подготовки _____ **38.03.06 Торговое дело** _____
 (код) наименование направления подготовки)
 с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы
 вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
<p><i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i></p> <p>лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade, программа для тестирования студентов MyTestx. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с:Бухгалтерия 8.</p> <p>профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1.Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». 2.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. 3.Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух».</p>	<p><i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i></p> <p>лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade, программа для тестирования студентов MyTestx. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с: Бухгалтерия 8. Операционная система для рабочих станций Linux Ubuntu x64</p> <p>профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1.Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». 2.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.</p>

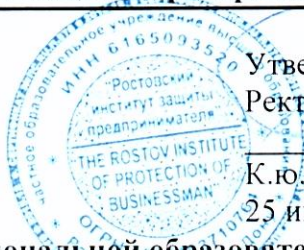
дополнения:

Обновления вносит _____ к.э.н, доц. Левчук В.В. _____
 (подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры
 _____ Маркетинг, туризм и реклама _____ № 11 от 26.06.2019 г.
 (наименование кафедры)

Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доцент Крамаренко Р.Р. _____
 (подпись) (Ф.И.О)

Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)



Утверждаю
Ректор РИЗП

К.ю.н., доц., Паршина А.А.
25 июня 2020 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)
(изменения и дополнения к рабочей программе)
на 2020/2021 учебный год**

В рабочую программу _____ **Интернет маркетинг** _____
(наименование дисциплины (модуля))
для направления подготовки _____ **38.03.06 Торговое дело** _____
(код) наименование направления подготовки)
с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы
вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем	Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем
лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade, программа для тестирования студентов My Testx, 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8.1с: Предприятие 8.1с: Бухгалтерия 8. Операционная система для рабочих станций Linux Ubuntu x64. профессиональные базы данных и информационные справочные системы: Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.	лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade, программа для тестирования студентов My Testx, 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8.1с: Предприятие 8.1с: Бухгалтерия 8. Операционная система для рабочих станций Linux Ubuntu x64. профессиональные базы данных и информационные справочные системы: Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух».

дополнения:

Обновления вносит _____ к.э.н. доц. Левчук В.В.
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры
Маркетинг, реклама и туризм протокол № 10 от 25.05.2020 г.
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доц. Крамаренко Р.Р.
(подпись) (Ф.И.О)

Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)



Утверждаю
Ректор РИЗП

К.ю.н., доц., Паршина А.А.

25 июня 2020 г.

Обновление основной профессиональной образовательной программы в части содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля) (изменения и дополнения к рабочей программе)

В рабочую программу Интернет маркетинг

(наименование дисциплины (модуля))

для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело

(код) наименование направления подготовки)

Раздел 2, раздел 3 и раздел 4 читать в следующей редакции:

Раздел 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Дисциплина «Интернет маркетинг» относится к вариативной части (дисциплина по выбору) учебного плана ООП ВО по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Дисциплина изучается в 8 семестре студентами очной формы обучения, в 9 семестре студентами заочной формы обучения.

Раздел 3. 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 3 зачетных единицы или 108 часов.

Основной единицей трудоемкости является зачетная единица (з.е.), равная 36 часам учебного времени.

Форма обучения	Очная форма	Заочная форма
Срок обучения	4 года	5 лет
Общий объем час по УП	108	108
Всего аудиторных занятий, час, в том числе:	36	14
- лекции	18	6
- семинарские занятия	18	8
- практические занятия	-	-
- лабораторные занятия	-	-
Самостоятельная работа, час.	72	94
Подготовка занятия семинарского типа	20	30
конспектирование первоисточников и другой учебной литературы, проработка учебного материала по конспектам, учебной и научной литературе	20	25
самостоятельное изучение вопросов по теме	32	37
выполнение курсовых проектов (работ)	-	-
подготовка к промежуточной аттестации	-	2
Зачеты, по семестрам,	8с	9с
Экзамены, по семестрам	-	-

Раздел 4. Содержание дисциплины «Интернет маркетинг» структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

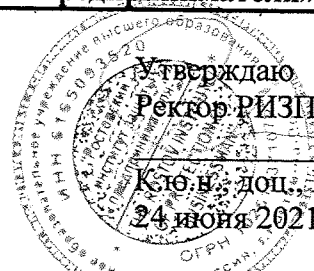
Формируемые компетенции	Названия тем	Трудоёмкость по видам учебной работы				
		Общая трудоёмкость	Контактная работа			
			лекции	практические	семинарские	лабораторные работы
ОПК-4	Тема 1. Сущность Интернет–маркетинга и его инструменты					
	Очная форма обучения	12	2		2	8
	Заочная форма обучения	12	1		1	10
ОПК-4	Тема 2. Предпринимательская деятельность на рынке бизнес–информации					
	Очная форма обучения	12	2		2	8
	Заочная форма обучения	12	1		1	10
ОПК-4, ПК-8	Тема 3. Анализ современного российского рынка бизнес-информации					
	Очная форма обучения	12	2		2	8
	Заочная форма обучения	12	1		1	10
ОПК-4, ПК-8	Тема 4. Маркетинговые стратегии поведения в экономике с несовершенной информационной инфраструктурой					
	Очная форма обучения	12	2		2	8
	Заочная форма обучения	12	1		1	10
ОПК-4, ПК-8	Тема 5. Эффективность информации электронной коммерции					
	Очная форма обучения	12	2		2	8
	Заочная форма обучения	11,5	0,5		1	10
ОПК-4, ПК-8	Тема 6. Финансовые операции в сети Интернет					
	Очная форма обучения	12	2		2	8
	Заочная форма обучения	11,5	0,5		1	10
ОПК-4, ПК-8	Тема 7. Электронная торговля					
	Очная форма обучения	12	2		2	8
	Заочная форма обучения	11,5	0,5		1	10
ОПК-4, ПК-8	Тема 8. Правовое регулирование в сети Интернет					
	Очная форма обучения	12	2		2	8
	Заочная форма обучения	11,5	0,5		1	10
ОПК-4, ПК-8	Тема 9. Безопасность электронной коммерции					
	Очная форма обучения	12	2		2	8
	Заочная форма обучения	12	-		-	12
Подготовка к промежуточной аттестации						
Очная форма обучения		-				-
Заочная форма обучения		2				2

Обновления вносит _____ к.э.н, доц. Левчук В.В. _____
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры Маркетинг, реклама и туризм протокол № 10 от 25.05.2020 г.
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доц. Крамаренко Р.Р. _____
(подпись) (Ф.И.О)

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)
(изменения и дополнения к рабочей программе)
на 2021/2022 учебный год**

В рабочую программу Интернет маркетинг
(наименование дисциплины (модуля))

для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело
(код) наименование направления подготовки)

с учетом заключения договора №147-09/2020 об оказании информационных услуг от 22 сентября 2020 г. по предоставлению доступа к ЭБС «Университетская библиотека онлайн» и договора о сотрудничестве с ООО «Софттех» от 03.03.2021 вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
<p>Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)</p> <p>7.1. Основная литература: 1. Интернет-маркетинг: учебник/под общ.ред. О.Н.Романенковой – М.: Юрайт, 2017 □ □</p> <p>7.2. Дополнительная литература: Электронная коммерция: учебное пособие / Е.В. Сибирская, О.А. Старцева. – М.: Форум, 2012 □</p> <p>* Библиотека РИЗП.</p> <p>** ЭБС «Университетская библиотека онлайн».</p>	<p>Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)</p> <p>7.1. Основная литература: 1.Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 352 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573342 **</p> <p>7.2. Дополнительная литература: 1.Кагаев, А. В. Интернет-маркетинг : учебное пособие / А. В. Кагаев, Т. М. Кагаева ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2018. – 154 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687 **</p> <p>* Библиотека РИЗП.</p> <p>** ЭБС «Университетская библиотека онлайн».</p>
Раздел 10.	Раздел 10.

<p>Лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис 2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол UserGade, программа для тестирования студентов MyTestx.1c: Зарплата и Управление Персоналом 8.1c: Предприятие 8.1c: Бухгалтерия 8.</p> <p>профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</p> <p>103. Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант».</p> <p>104. Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.</p> <p>105. Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух».</p>	<p>Лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис 2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол UserGade, программа для тестирования студентов MyTestx.1c: Зарплата и Управление Персоналом 8.1c: Предприятие 8.1c: Бухгалтерия 8, 1c: Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях.</p> <p>профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</p> <p>103. Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант».</p> <p>104. Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.</p> <p>105. Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух».</p>
--	--

и дополнения:

Дополнить рабочую программу по дисциплине (модулю) разделами:

Раздел 12. Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и дидактические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением дистанционных технологий.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении аттестации.

Раздел 13. Реализация образовательной программы с применением дистанционных образовательных технологий

Согласно части 2 статьи 16 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ возможна реализация в образовательных

организациях образовательных программ с применением дистанционных образовательных технологий.

При реализации дистанционного обучения образовательная организация обеспечивает функционирование электронной информационно-образовательной среды, включающей в себя электронные информационные ресурсы, электронные образовательные ресурсы, совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств, взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет", а также освоение обучающимися образовательных программ в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся.

Организация предоставляет учебно-методическую помощь обучающимся, в том числе в форме индивидуальных консультаций, оказываемых дистанционно с использованием информационных и телекоммуникационных технологий.

Организация самостоятельно определяют объем аудиторной нагрузки и соотношение объема занятий, проводимых путем непосредственного взаимодействия педагогического работника с обучающимся, и учебных занятий с применением дистанционных образовательных технологий.

Обновления вносит _____ к.э.н. доц. Левчук В.В.
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры «Маркетинг, реклама и туризм» протокол № 10 «24» мая 2021 г.
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доц. Крамаренко Р.Р.
(подпись) (Ф.И.О)