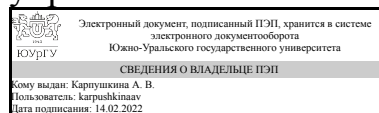


# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор института  
Высшая школа экономики и  
управления



А. В. Карпушкина

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.13 Электронная коммерция и продвижение бизнеса в интернете  
для направления 38.03.02 Менеджмент

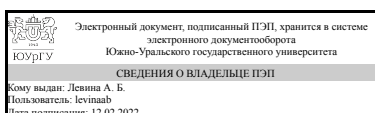
уровень Бакалавриат

форма обучения очно-заочная

кафедра-разработчик Менеджмент

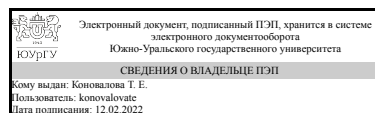
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению  
подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденным приказом Минобрнауки от  
12.08.2020 № 970

Зав.кафедрой разработчика,  
к.экон.н., доц.



А. Б. Левина

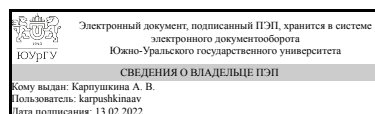
Разработчик программы,  
старший преподаватель



Т. Е. Коновалова

СОГЛАСОВАНО

Руководитель направления  
д.экон.н., доц.



А. В. Карпушкина

## 1. Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины является формирование системы теоретических знаний и практических умений и навыков управления процессом интернет-продвижения. Задачи: - сформировать знания о принципах электронной коммерции, технологиях продвижения и современных инструментах, методах и средствах продвижения бизнеса в конкурентной среде; - сформировать знания о функционировании современных медийных площадок, способов продвижения в цифровой среде, приемах и методах проведения анализа эффективности маркетинговой активности; - сформировать умения и навыки выбора технологий продвижения, методов поиска, сбора, систематизации и анализа необходимой маркетинговой информации, способов оценки эффективности выбранного комплекса продвижения; - сформировать умения и навыки оставлять систему показателей эффективности продвижения бизнеса в цифровой среде; анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в Интернет общей маркетинговой стратегии организации

## Краткое содержание дисциплины

Электронная коммерция. Продвижение бизнеса: понятие, цели, задачи и функции. Особенности продвижения товаров и услуг. Интернет-маркетинг. Веб-сайт как информационный ресурс компании. Мобильный маркетинг. Инструменты и преимущества. Инновационные технологии маркетинга в социальных сетях. Организация и управление процессом продвижения бизнеса. Бюджет. Оценка эффективности продвижения

## 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

| Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)                         | Планируемые результаты обучения по дисциплине  |
|---|--|
| ПК-6 Способен управлять процессом реализации стратегии интернет-продвижения | <p>Знает: - перспективы развития электронной коммерции; - особенности функционирования современных медийных площадок; - систему инструментов интернет-маркетинга; - особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем; - принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p>Умеет: - распределять работы, ресурсы по реализации стратегии интернет-продвижения - составлять систему показателей эффективности интернет-продвижения и корректировать стратегию продвижения в зависимости от них</p> <p>Имеет практический опыт: - выбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; - оценки эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и корректировки стратегии продвижения</p> |

### 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

| Перечень предшествующих дисциплин,<br>видов работ учебного плана | Перечень последующих дисциплин,<br>видов работ |
|--|--|
| Нет  | Не предусмотрены                               |

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Нет

### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 36,25 ч. контактной работы

| Вид учебной работы   | Всего часов | Распределение по семестрам<br>в часах |
|--|-------------|---------------------------------------|
|  |             | Номер семестра                        |
|  |             | 9                                     |
| Общая трудоёмкость дисциплины  | 108         | 108                                   |
| <i>Аудиторные занятия:</i>   | 30          | 30                                    |
| Лекции (Л)   | 20          | 20                                    |
| Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ) | 10          | 10                                    |
| Лабораторные работы (ЛР)   | 0           | 0                                     |
| <i>Самостоятельная работа (СРС)</i>  | 71,75       | 71,75                                 |
| с применением дистанционных образовательных технологий                     | 0           |                                       |
| Подготовка к зачету  | 17,75       | 17.75                                 |
| Подготовка к практическим занятиям   | 24          | 24                                    |
| Подготовка задания самостоятельной работы                                  | 20          | 20                                    |
| Подготовка к текущему тестированию   | 10          | 10                                    |
| Консультации и промежуточная аттестация                                    | 6,25        | 6,25                                  |
| Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)                                   | -           | зачет                                 |

### 5. Содержание дисциплины

| № раздела | Наименование разделов дисциплины                                   | Объем аудиторных занятий по видам в часах |   |    |    |
|-----------|--|---|---|----|----|
|           |  | Всего                                     | Л | ПЗ | ЛР |
| 1         | Электронная коммерция  | 10  | 8 | 2  | 0  |
| 2         | Концепция продвижения  | 4   | 2 | 2  | 0  |
| 3         | Технологии продвижения в цифровой среде. Инновационные технологии. | 10  | 6 | 4  | 0  |
| 4         | Планирование и организация процесса продвижения                    | 6   | 4 | 2  | 0  |

#### 5.1. Лекции

| № лекции | № раздела | Наименование или краткое содержание лекционного занятия         | Кол-во часов |
|----------|-----------|---|--------------|
| 1        | 1         | Введение в электронную коммерцию                                | 2            |
| 2        | 1         | Электронная торговля  | 2            |
| 3        | 1         | Электронные торговые площадки                                   | 2            |
| 4        | 1         | Электронные платежи и система электронных платежей              | 2            |
| 5        | 2         | Продвижение бизнеса: понятие, цели, задачи и функции.           | 2            |
| 6        | 3         | Интернет-маркетинг. Веб-сайт как информационный ресурс компании | 2            |
| 7        | 3         | Инновационные технологии маркетинга в социальных сетях          | 2            |
| 8        | 3         | Мобильный маркетинг. Инструменты и преимущества.                | 2            |
| 9        | 4         | Организация и управление процессом продвижения бизнеса. Бюджет  | 2            |
| 10       | 4         | Оценка эффективности продвижения                                | 2            |

## 5.2. Практические занятия, семинары

| № занятия | № раздела | Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара                                 | Кол-во часов |
|-----------|-----------|---|--------------|
| 1         | 1         | Категории электронной коммерции. Электронные торговые площадки                                      | 2            |
| 2         | 2         | Процесс продвижения. Разбор примеров  | 2            |
| 3         | 3         | Веб-сайт как информационный ресурс компании Поисковая оптимизация и продвижение сайта               | 2            |
| 4         | 3         | Тенденции развития социальных сетей. Бизнес в социальных сетях. SMM                                 | 2            |
| 5         | 4         | Организация и управление процессом продвижения бизнеса. Оценка эффективности технологий продвижения | 2            |

## 5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

## 5.4. Самостоятельная работа студента

| Выполнение СРС      |   |         |              |
|---------------------|---|---------|--------------|
| Подвид СРС          | Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс  | Семестр | Кол-во часов |
| Подготовка к зачету | Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 372 с. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 170 с. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 474 с. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : | 9       | 17,75        |

|   |   |   |    |
|---|---|---|----|
|   | учебник / М. В. Акулич. — Москва : Дашков и К, 2016. — 352 с. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 419 с Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 504 с.   |   |    |
| Подготовка к практическим занятиям        | Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 372 с. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 170 с. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 474 с. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. — Москва : Дашков и К, 2016. — 352 с. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 419 с Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 504 с. | 9 | 24 |
| Подготовка задания самостоятельной работы | Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 372 с. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. — Москва : Дашков и К, 2016. — 352 с.  | 9 | 20 |
| Подготовка к текущему тестированию        | Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 372 с. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 170 с. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 474 с.  | 9 | 10 |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  | Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. — Москва : Дашков и К, 2016. — 352 с. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 419 с Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 504 с. |  |  |
|--|--|--|--|

## 6. Текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

### 6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

| № КМ | Се-местр | Вид контроля     | Название контрольного мероприятия | Вес | Макс. балл | Порядок начисления баллов  | Учитывается в ПА |
|------|----------|------------------|-----------------------------------|-----|------------|--|------------------|
| 1    | 9        | Текущий контроль | КРМ 1 - Тест 1                    | 1   | 15         | При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) В процессе прохождения разделов курса проводится текущее тестирование. Количество вопросов – 15 (каждый вопрос 1 балл), генерируются тестовой программой. Время, отводимое на тестирование - 30 минут. Максимальное количество баллов – 15. Весовой коэффициент мероприятия – 1. Контрольная точка выполнена, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60% | зачет            |
| 2    | 9        | Текущий контроль | КРМ 2 - Тест 2                    | 1   | 15         | При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) В процессе прохождения разделов курса проводится текущее тестирование. Количество вопросов – 15 (каждый вопрос 1 балл), генерируются тестовой программой. Время, отводимое на тестирование - 30 минут. Максимальное количество баллов – 15. Весовой коэффициент мероприятия – 1. Контрольная точка выполнена, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60% | зачет            |
| 3    | 9        | Текущий          | КРМ 3                             | 1   | 20         | Максимальный балл – 20: всего 5  | зачет            |

|   |   |                          |                      |   |    |  |       |
|---|---|--------------------------|----------------------|---|----|--|-------|
|   |   | контроль                 | практические занятия |   |    | <p>практических работ, каждая работа оценивается максимально 4 балла.</p> <p>Весовой коэффициент мероприятия - 1</p> <p>Критерии оценивания выполнения каждой практической работы:</p> <p>4 балла – задание практической работы выполнено полностью, студент активно принимал участие в обсуждении.</p> <p>3 балл - задание практической работы выполнено полностью, но студент не принимал участие в обсуждении;</p> <p>2 балл - задание практической работы выполнено не полностью, но студент активно принимал участие в обсуждении;</p> <p>1 балл - задание практической работы выполнено не полностью и с нарушением графика представления работы.</p> <p>0 баллов – практическая работа не выполнена.</p>  |       |
| 4 | 9 | Текущий контроль         | КРМ 4 сообщение      | 1 | 10 | <p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).</p> <p>Темы сообщения доводятся до студентов в начале семестра.</p> <p>Максимальный балл – 10</p> <p>Критерии оценивания (метод суммирования):</p> <p>0 – Работа не представлена</p> <p>+1 балл – Работа представлена, файл прикреплен в Электронный ЮУрГУ</p> <p>+1 балл – Работа представлена в соответствии с графиком</p> <p>+1 балл – работа оформлена согласно СТО</p> <p>+ 1 балл – объем работы соответствует заданию</p> <p>+1 балл – содержание соответствует заданной теме;</p> <p>+1 балл – тема обдумана студентом, высказано собственное мнение, суждения</p> <p>+1 балл – представлены ссылки на информационные источники</p> <p>+1 балл - приведены примеры</p> <p>+1 балл – информационные источники современные</p> <p>+1 балл – сообщение защищено устно</p> | зачет |
| 5 | 9 | Промежуточная аттестация | КРМ зачет            | - | 40 | <p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) В процессе прохождения разделов курса проводится текущее тестирование.</p> <p>Количество вопросов - 40 (каждый вопрос 1 балл), генерируются тестовой программой.</p>   | зачет |

|  |  |  |  |  |   |  |
|--|--|--|--|--|---|--|
|  |  |  |  |  | <p>Время, отводимое на тестирование - 60 минут. Максимальное количество баллов – 40. Весовой коэффициент мероприятия – 1. Тест выполнен, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60%</p> <p>Итоговый рейтинг по дисциплине формируется на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации.</p> <p>Зачтено: величина рейтинга обучающегося по дисциплине больше 60%<br/>не зачтено: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59%</p> |  |
|--|--|--|--|--|---|--|

## 6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

| Вид промежуточной аттестации | Процедура проведения   | Критерии оценивания                     |
|------------------------------|--|---|
| зачет                        | <p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) В процессе прохождения разделов курса проводится текущее тестирование. Количество вопросов - 40 (каждый вопрос 1 балл), генерируются тестовой программой. Время, отводимое на тестирование - 60 минут. Максимальное количество баллов – 40. Весовой коэффициент мероприятия – 1. Тест выполнен, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60% Итоговый рейтинг по дисциплине формируется на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. Зачтено: величина рейтинга обучающегося по дисциплине больше 60% не зачтено: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59%</p> | В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения |

## 6.3. Оценочные материалы

| Компетенции | Результаты обучения  | № КМ |    |    |    |   |
|-------------|--|------|----|----|----|---|
|             |  | 1    | 2  | 3  | 4  | 5 |
| ПК-6        | Знает: - перспективы развития электронной коммерции; - особенности функционирования современных медийных площадок; - систему инструментов интернет-маркетинга; - особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем; - принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | +    |    |    | ++ |   |
| ПК-6        | Умеет: - распределять работы, ресурсы по реализации стратегии интернет-продвижения - составлять систему показателей эффективности интернет-продвижения и корректировать стратегию продвижения в зависимости от них   |      | ++ | ++ | ++ |   |
| ПК-6        | Имеет практический опыт: - выбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; - оценки эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и корректировки стратегии продвижения  |      | ++ |    |    | + |



Фонды оценочных средств по каждому контрольному мероприятию находятся в приложениях.

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### Печатная учебно-методическая документация

а) *основная литература:*

Не предусмотрена

б) *дополнительная литература:*

Не предусмотрена

в) *отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:*

Не предусмотрены

г) *методические указания для студентов по освоению дисциплины:*

1. Электронная коммерция и продвижение бизнеса в интернете: методические указания / Т.Е. Коновалова, под ред. Ю.В.Асташовой. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2022. – 16 с

из них: *учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:*

1. Электронная коммерция и продвижение бизнеса в интернете: методические указания / Т.Е. Коновалова, под ред. Ю.В.Асташовой. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2022. – 16 с

### Электронная учебно-методическая документация

| № | Вид литературы            | Наименование ресурса в электронной форме          | Библиографическое описание  |
|---|---------------------------|---|---|
| 1 | Основная литература       | Образовательная платформа Юрайт                   | Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 170 с <a href="https://urait.ru/bcode/473049">https://urait.ru/bcode/473049</a> |
| 2 | Основная литература       | Образовательная платформа Юрайт                   | Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 474 с. <a href="https://urait.ru/bcode/468986">https://urait.ru/bcode/468986</a>   |
| 3 | Основная литература       | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. — Москва : Дашков и К, 2016. — 352 с. <a href="https://e.lanbook.com/book/70531">https://e.lanbook.com/book/70531</a>  |
| 4 | Дополнительная литература | Образовательная платформа Юрайт                   | Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 419 с. <a href="https://urait.ru/bcode/468861">https://urait.ru/bcode/468861</a>   |
| 5 | Дополнительная литература | Образовательная платформа Юрайт                   | Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 504 с <a href="https://urait.ru/bcode/487490">https://urait.ru/bcode/487490</a>   |

|   |                     |                                 |  |
|---|---------------------|---------------------------------|--|
| 6 | Основная литература | Образовательная платформа Юрайт | Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 372 с.<br><a href="https://urait.ru/bcode/425884">https://urait.ru/bcode/425884</a> |
|---|---------------------|---------------------------------|--|

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. ООО "ГарантУралСервис"-Гарант(бессрочно)

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Вид занятий                     | № ауд.       | Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий |
|---------------------------------|--------------|--|
| Лекции                          | 450<br>(2)   | Компьютер с выходом в Интернет и подключением к ЭБС, проектор, экран, доска  |
| Практические занятия и семинары | 114-4<br>(2) | Компьютеры с выходом в Интернет и подключением к ЭБС   |
| Самостоятельная работа студента | 114-4<br>(2) | Компьютеры с выходом в Интернет и подключением к ЭБС   |
| Зачет, диф.зачет                | 114-4<br>(2) | Компьютеры с выходом в Интернет и подключением к ЭБС   |