

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Нижегородский государственный технический университет**  
**им. Р.Е. Алексеева» (НГТУ)**

**Институт экономики и управления (ИНЭУ)**

(Полное и сокращенное название института, реализующего данное направление)

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор института:

С.Н. Митяков  
подпись  
03.12.2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.1.2 Интернет-маркетинг**

(индекс и наименование дисциплины по учебному плану)

для подготовки магистров

Направление подготовки: 42.04.01. Реклама и связи с общественностью

Направленность: Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью

Форма обучения: очная, заочная

Год начала подготовки 2021

Выпускающая кафедра Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации

Кафедра-разработчик Цифровая экономика

Объем дисциплины 144/4  
часов/з.е

Промежуточная аттестация экзамен

Разработчик: Незнахина Е.Л., к.э.н., доцент

**Нижний Новгород 2021 г.**

Рецензент Корнилов Дмитрий Анатольевич, профессор кафедры «Управление инновационной деятельностью» НГТУ им. Р.Е.Алексеева, д.э.н., профессор

« 9 » 06 2021

Рабочая программа дисциплины: разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО 3++) по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденного приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 08.06.2017 года № 528 на основании учебного плана принятого УМС НГТУ 03.12.2020 №4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры разработчика протокол от 02.06.2021 № 2  
Зав. кафедрой к.э.н, доцент \_\_\_\_\_ С.Н. Митяков

(подпись)

Программа рекомендована к утверждению ученым советом института ИНЭУ, Протокол от 09.06.2021 № 4.1.

Рабочая программа зарегистрирована в УМУ регистрационный № 42.04.01-И-22  
Начальник МО \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

Заведующая отделом комплектования НТБ \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /  
(подпись)

## СОДЕРЖАНИЕ

_1. Цели и задачи освоения дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы .....	4
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) .....	5
4. Структура и содержание дисциплины.....	9
5. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины. ....	16
6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины .....	15
7. Информационное обеспечение дисциплины .....	16
8. Образовательные ресурсы для инвалидов и лиц с овз .....	17
9. Материально-техническое обеспечение, необходимое для осуществления образовательного процесса по дисциплине .....	17
10. Методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины	18
11. Оценочные средства для контроля освоения дисциплины.....	270

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Цель освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины является изучение теоретических и прикладных аспектов исследования структуры и организации интернет-рынка.

### 6.2 Задачи освоения дисциплины (модуля):

- формирование навыков планирования работ по продвижению проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на каждом этапе реализации стратегии; составления заданий для формирования договоров на продвижение, определения ключевых показателей эффективности продвижения;
- формирование навыков выявления расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения; определения причин выявленных расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Учебная дисциплина Б.1.В.ДВ.1 «Интернет-маркетинг» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана, образовательной программы. Дисциплина реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОП ВО и УП, по направлению подготовки 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью» направленность ОП ВО «Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью»

Дисциплина базируется на следующих дисциплинах: интернет-маркетинг.

Дисциплина «Интернет-маркетинг» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: SMM-коммуникации, стратегия продвижения проекта в сети Интернет, комьюнити-менеджмент в рекламе и связях с общественностью, оценка экономической эффективности коммуникационных проектов, анализ эффективности коммуникационной стратегии в сети Интернет, антикризисные коммуникации в сети Интернет, анализ эффективности коммуникационной стратегии в сети Интернет, интернет-коммуникации в системе антикризисного управления, практика о получению профессиональных умений и опыта в проектно-аналитической деятельности, преддипломная практика, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы подготовка к выполнению и защите ВКР.

Рабочая программа дисциплины «Интернет-маркетинг» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

**3.КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ  
ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)<sup>1</sup>**

**Таблица 1 – Формирование компетенций по дисциплинам  
(очная форма обучения)**

Наименование дисциплин, формирующих компетенцию совместно	Семестры, формирования дисциплины Компетенции берутся из Учебного плана по направлению подготовки бакалавра /специалиста/магистра»							
	1	2	3	4	5	6	7	8
<i>Код компетенции ПКС-2</i>								
<i>Веб-аналитика</i>		*						
Интернет-маркетинг		*						
SMM-коммуникации			*					
Стратегия продвижения проекта в сети Интернет			*					
Комьюнити-менеджмент в рекламе и связях с общественностью			*					
Оценка экономической эффективности коммуникационных проектов			*					
Анализ эффективности коммуникационной стратегии в сети Интернет			*					
Антикризисные коммуникации в сети Интернет			*					
Интернет-коммуникации в системе антикризисного управления			*					
Практика о получению профессиональных умений и опыта в проектно-аналитической деятельности				*				
Преддипломная практика				*				
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы								
<i>Код компетенции ПКС-3</i>								
<i>Веб-аналитика</i>		*						
Интернет-маркетинг		*						
Стратегия продвижения проекта в сети Интернет			*					
Оценка экономической эффективности коммуникационных проектов			*					
Анализ эффективности			*					

Наименование дисциплин, формирующих компетенцию совместно	Семестры, формирования дисциплины Компетенции берутся из Учебного плана по направлению подготовки бакалавра /специалиста/магистра»							
	1	2	3	4	5	6	7	8
коммуникационной стратегии в сети Интернет								
Практика о получению профессиональных умений и опыта в проектно-аналитической деятельности				*				
Преддипломная практика				*				
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы								

ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ,  
СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОП

Таблица 2 – Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине			Оценочные средства	
		Текущего контроля	Промежуточной аттестации			
<b>ПКС-2</b> Способен составлять и контролировать стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	<b>ИПКС-2.1</b> Разрабатывает коммуникационную стратегию продвижения для эффективного решения бизнес – задач	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы и технологии разработки коммуникационной стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</li> </ul>	<b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать коммуникационную стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</li> </ul>	<b>Владеть:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками разработки коммуникационной стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</li> </ul>	Дискуссии, ситуационные задачи по темам курса, тесты	Вопросы для устного собеседования
	<b>ИПКС-2.2</b> Разрабатывает комплексный маркетинговых коммуникаций план для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- технологии разработки комплексного контент - плана подготовки и реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</li> </ul>	<b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать комплексный контент - план подготовки и реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</li> </ul>	<b>Владеть:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками разработки комплексного контент - плана подготовки и реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</li> </ul>		
	<b>ИПКС-2.3</b> Осуществляет мониторинг процесса продвижения с целью обеспечения	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- технологию осуществления мониторинга процесса</li> </ul>	<b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять мониторинг процесса продвижения проекта в</li> </ul>	<b>Владеть:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками осуществления мониторинга процесса</li> </ul>	Дискуссии, ситуационные задачи по темам курса, тесты	Вопросы для устного собеседования

	эффективной реализации коммуникативной стратегии	продвижения проекта в сети Интернет с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии	сети Интернет с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии	продвижения проекта в сети Интернет с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной SMM – стратегии		
<b>Код и наименование компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>			<b>Оценочные средства</b>	
<b>ПКС-3</b> Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	<b>ИПКС-3.1</b> Формулирует концепцию научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью с целью разработки стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	<b>Знать:</b>  - принципы организации и проведения научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью с целью разработки стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	<b>Уметь:</b>  - организовывать и проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью с целью разработки стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	<b>Владеть:</b>  - навыками организации и проведения научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью с целью разработки стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Дискуссии, ситуационные задачи по темам курса, тесты	Вопросы для устного собеседования

	<b>ИПКС-3.2</b> Применяет методы количественного и качественного анализа информационного поля, проводит медиа-исследования в процессе подготовки и реализации стратегии продвижения проекта	<b>Знать:</b> - методы количественного и качественного анализа информационного поля, технологии проведения медиа-исследований в процессе подготовки и реализации стратегии продвижения проекта в сети Интернет	<b>Уметь:</b> - реализовывать методы количественного и качественного анализа информационного поля, технологии проведения медиа-исследований в процессе подготовки и реализации стратегии продвижения проекта в сети Интернет	<b>Владеть:</b> - навыками реализации методов количественного и качественного анализа информационного поля, технологий проведения медиа-исследований в процессе подготовки и реализации стратегии продвижения проекта в сети Интернет		
	<b>ИПКС-3.3</b> Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции развития коммуникационной сферы	<b>Знать:</b> - принципы и технологии интерпретации результатов научного исследования и выработки научно обоснованных прогнозов Интернет-прогнозов	<b>Уметь:</b> - интерпретировать результаты научного исследования и разрабатывать научно обоснованные прогнозы Интернет-прогнозов	<b>Владеть:</b> - навыками интерпретации результатов научного исследования и выработки научно обоснованных прогнозов Интернет-прогнозов	Дискуссии, ситуационные задачи по темам курса, тесты	Вопросы для устного собеседования

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зач.ед. 144 часа, распределение часов по видам работ семестрам представлено в таблице 3.

Таблица 3

##### Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

###### Для студентов очного обучения

Вид учебной работы	Трудоёмкость в час	
	Всего час.	В т.ч. по семестрам
		2 сем
<b>Формат изучения дисциплины</b>		с использованием элементов электронного обучения
<b>Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану</b>	<b>144/4</b>	<b>144/4</b>
<b>1. Контактная работа:</b>	<b>57</b>	<b>57</b>
<b>1.1. Аудиторная работа, в том числе:</b>	<b>51</b>	<b>51</b>
занятия лекционного типа (Л)	17	17
занятия семинарского типа (ПЗ-семинары, практ. занятия и др)	34	34
лабораторные работы (ЛР)		
<b>1.2. Внеаудиторная, в том числе</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защита)		
текущий контроль, консультации по дисциплине	6	6
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)		
<b>2. Самостоятельная работа (СРС)</b>	<b>51</b>	<b>51</b>
реферат/эссе (подготовка)		
расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)		
контрольная работа		
курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)		
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиум и т.д.)	51	51
Подготовка к экзамену (контроль)	36	36

###### Для студентов заочного обучения

Вид учебной работы	Трудоёмкость в час	
	Всего час.	В т.ч. по семестрам
		2 сем
<b>Формат изучения дисциплины</b>		с использованием элементов электронного обучения
<b>Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану</b>	<b>144/4</b>	<b>144/4</b>

<b>1. Контактная работа:</b>	<b>22</b>	<b>22</b>
<b>1.3.Аудиторная работа, в том числе:</b>	<b>16</b>	<b>16</b>
занятия лекционного типа (Л)	8	8
занятия семинарского типа (ПЗ-семинары, практ. занятия и др)	8	8
лабораторные работы (ЛР)		
<b>1.4.Внеаудиторная, в том числе</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защита)		
текущий контроль, консультации по дисциплине	6	6
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)		
<b>2. Самостоятельная работа (СРС)</b>	<b>113</b>	<b>113</b>
реферат/эссе (подготовка)		
расчёто-графическая работа (РГР) (подготовка)		
контрольная работа		
курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)		
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиум и т.д.)	113	113
Подготовка к экзамену (контроль)	9	9

## 4.2 Содержание дисциплины, структурированное по темам

Таблица 4.1 – Содержание дисциплины, структурированное по темам для студентов очного обучения

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)	
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Самостоятельная работа студентов (час)					
<b>3 семестр</b>										
ПКС-2,3	<b>Раздел 1. Маркетинговые основы изучения интернет-рынка</b>									
	Тема 1.1. Интернет-рынок и его структура. Интернет-маркетинг: основные понятия и концепции	1			4	Подготовка к лекциям и самостоятельной работе	Дискуссия			
	Тема 1.2. Состояние и тенденции развития интернет-фирм в России	2			13	Подготовка к лекциям и самостоятельной работе	Дискуссия. Тест по разделу			
	<b>Итого по 1 разделу</b>	<b>3</b>			<b>17</b>					
ПКС-2,3	<b>Раздел 2. Особенности ведения товарной политики в Интернете</b>									
	Тема 2.1. Информационные товары и интернет-товары. Товарная политика и товарные стратегии в Интернете	3		6	5		Индивидуальные и групповые задания по теме			
	Тема 2.2. Оценка эффективности ведения товарной политики в Интернете	4		8	5	Подготовка к лекциям, практическим занятиям и самостоятельной работе	Индивидуальные и групповые задания по теме. Тест по разделу			

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)				
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)								
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия									
	Итого по 2 разделу	7		14	10								
ПСК-2,3	<b>Раздел 3. Особенности ведения ценовой политики в Интернете</b>												
	Тема 3.1. Цена и этапы ее формирования. Современные ценовые стратегии в Интернете	2		6	8	Подготовка к лекциям, практическим занятиям и самостоятельной работе	Индивидуальные и групповые задания по теме.						
	Тема 3.2. Модель ценообразования на интернет-рынке	2		6	8	Подготовка к лекциям, практическим занятиям и самостоятельной работе	Индивидуальные и групповые задания по теме						
	Тема 3.3. Особенности продвижения на различных интернет-площадках	3		8	8	Подготовка к лекциям, практическим занятиям и самостоятельной работе	Индивидуальные и групповые задания по теме. Тест по разделу						
	Итого по 3 разделу	7		20	24								
	Итого		17	34	51								

Таблица 4.1 – Содержание дисциплины, структурированное по темам для студентов заочного обучения

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)				
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)								
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия									
<b>3 семестр</b>													
ПКС-2,3	<b>Раздел 1. Маркетинговые основы изучения интернет-рынка</b>												
	Тема 1.1. Интернет-рынок и его структура. Интернет-маркетинг: основные понятия и концепции	1			20	Подготовка к лекциям и самостоятельной работе	Дискуссия						
	Тема 1.2. Состояние и тенденции развития интернет-фирм в России	1			13	Подготовка к лекциям и самостоятельной работе	Дискуссия. Тест по разделу						
	<b>Итого по 1 разделу</b>	<b>2</b>			<b>33</b>								
ПКС-2,3	<b>Раздел 2. Особенности ведения товарной политики в Интернете</b>												
	Тема 2.1. Информационные товары и интернет-товары. Товарная политика и товарные стратегии в Интернете	1		1	15		Индивидуальные и групповые задания по теме						
	Тема 2.2. Оценка эффективности ведения товарной политики в Интернете	1		1	15	Подготовка к лекциям, практическим занятиям и самостоятельной работе	Индивидуальные и групповые задания по теме. Тест по разделу						
	<b>Итого по 2 разделу</b>	<b>2</b>		<b>2</b>	<b>30</b>								

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)				
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)								
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия									
ПСК-2,3	<b>Раздел 3. Особенности ведения ценовой политики в Интернете</b>												
	Тема 3.1. Цена и этапы ее формирования. Современные ценовые стратегии в Интернете	1		2	15	Подготовка к лекциям, практическим занятиям и самостоятельной работе	Индивидуальные и групповые задания по теме.						
	Тема 3.2. Модель ценообразования на интернет-рынке	1		2	15	Подготовка к лекциям, практическим занятиям и самостоятельной работе	Индивидуальные и групповые задания по теме						
	Тема 3.3. Особенности продвижения на различных интернет-площадках	2		2	20	Подготовка к лекциям, практическим занятиям и самостоятельной работе	Индивидуальные и групповые задания по теме. Тест по разделу						
	<b>Итого по 3 разделу</b>	<b>4</b>		<b>6</b>	<b>50</b>								
Итого		<b>8</b>		<b>8</b>	<b>113</b>								

## 5 ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

### 5.1 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности

Типовые задания для текущего контроля усвоения знаний, умений и навыков представлены в оценочных материалах по дисциплине «Интернет-маркетинг», которые хранятся на кафедре «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации».

### 5.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

Таблица 5 При текущем контроле (контрольные недели) и оценка выполнения практических работ

Шкала оценивания	Экзамен/ Зачет с оценкой	Зачет
40<R≤50	Отлично	
30<R≤40	Хорошо	зачет
20<R≤30	Удовлетворительно	
0<R≤20	Неудовлетворительно	незачет

При промежуточном контроле успеваемость студентов оценивается по системе «зачет» либо «незачет».

**Таблица 6 – Критерии оценивания результата обучения по дисциплине и шкала оценивания**

<b>Код наименование компетенции</b>	<b>Код наименование индикатора достижения компетенции</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>			
		<b>Оценка «неудовлетворительно» / «не засчитено»</b> 0-59% от max рейтинговой оценки контроля	<b>Оценка «удовлетворительно» / «засчитено»</b> 60-74% от max рейтинговой оценки контроля	<b>Оценка «хорошо» / «засчитено»</b> 75-89% от max рейтинговой оценки контроля	<b>Оценка «отлично» / «засчитено»</b> 90-100% от max рейтинговой оценки контроля
<b>ПКС-2</b> Способен составлять и контролировать стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	<b>ИПКС-2.1</b> Разрабатывает коммуникационную стратегию продвижения для эффективного решения бизнес – задач	Не способен грамотно и логически верно излагать и использовать теоретический материал. Не способен определять причинно-следственные связи. Не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя.	Способен усвоить теоретические знания, но знания неглубокие, поверхностные. При выполнении практических заданий допускает значительные ошибки.	Способен анализировать изученный теоретический материал, но допускает незначительные ошибки. Отвечает на уточняющие вопросы неполно/некорректно.	Имеет глубокие знания всего материала дисциплины; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании
	<b>ИПКС-2.2</b> Разрабатывает комплексный план маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Не способен усвоить теоретические знания в полном объеме и определить взаимосвязь теоретически освоенного материала с возможностью его применения в практической профессиональной деятельности.	Способен усвоить теоретические знания, но знания неглубокие, поверхностные. При выполнении практических заданий допускает значительные ошибки. Возможность применения теоретических знаний в практической профессиональной деятельности логически не обосновывает.	Способен усвоить теоретические знания в полном объеме и определить взаимосвязь теоретически освоенного материала с возможностью его применения в практической профессиональной деятельности, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки.	Имеет глубокие знания всего материала; в полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями. Свободно применяет теоретические знания в практической работе

	<b>ИПКС-2.3</b> Осуществляет мониторинг процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии	Не способен грамотно и логически верно излагать и использовать теоретический материал. Не способен определять причинно-следственные связи. Не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя.	Способен усвоить теоретические знания, но знания неглубокие, поверхностные. При выполнении практических заданий допускает значительные ошибки.	Способен анализировать изученный теоретический материал, но допускает незначительные ошибки. Отвечает на уточняющие вопросы неполно/некорректно.	Имеет глубокие знания всего материала дисциплины; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании
<b>ПКС-3</b> Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	<b>ИПКС-3.1</b> Формулирует концепцию научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью с целью разработки стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Не способен усвоить теоретические знания в полном объеме и определить взаимосвязь теоретически освоенного материала с возможностью его применения в практической профессиональной деятельности.	Способен усвоить теоретические знания, но знания неглубокие, поверхностные. При выполнении практических заданий допускает значительные ошибки. Возможность применения теоретических знаний в практической профессиональной деятельности логически не обосновывает.	Способен усвоить теоретические знания в полном объеме и определить взаимосвязь теоретически освоенного материала с возможностью его применения в практической профессиональной деятельности, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки.	Имеет глубокие знания всего материала; в полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями. Свободно применяет теоретические знания в практической работе
	<b>ИПКС-3.2</b> Применяет методы количественного и качественного анализа информационного поля, проводит медиа-исследования в процессе подготовки и реализации стратегии продвижения проекта	Не способен грамотно и логически верно излагать и использовать теоретический материал. Не способен определять причинно-следственные связи. Не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя.	Способен усвоить теоретические знания, но знания неглубокие, поверхностные. При выполнении практических заданий допускает значительные ошибки.	Способен анализировать изученный теоретический материал, но допускает незначительные ошибки. Отвечает на уточняющие вопросы неполно/некорректно.	Имеет глубокие знания всего материала дисциплины; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании
	<b>ИПКС-3.3</b> Получает, интерпретирует и	Не способен усвоить теоретические знания в	Способен усвоить теоретические знания, но	Способен усвоить теоретические знания в	Имеет глубокие знания всего материала; в

	<p>представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции развития коммуникационной сферы</p>	<p>полном объеме и определить взаимосвязь теоретически освоенного материала с возможностью его применения в практической профессиональной деятельности.</p>	<p>знания неглубокие, поверхностные. При выполнении практических заданий допускает значительные ошибки. Возможность применения теоретических знаний в практической профессиональной деятельности логически не обосновывает.</p>	<p>полном объеме и определить взаимосвязь теоретически освоенного материала с возможностью его применения в практической профессиональной деятельности, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки.</p>	<p>полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями. Свободно применяет теоретические знания в практической работе</p>
--	---	---	---	---	--

**Таблица 7. Критерии оценивания**

<b>Оценка</b>	<b>Критерии оценивания</b>
Высокий уровень «5» (отлично) – «зачет»	оценку «отлично» заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (хорошо) – «зачет»	оценку «хорошо» заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно) – «зачет»	оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно) – «незачет»	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

## 6 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Учебная литература

6.1.1. Юрасов, А. В. Интернет-маркетинг / Под ред. А. В. Юрасова. – Москва : Горячая линия – Телеком, 2012. – 246 с. – ISBN 978-5-9912-0165-0. – Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. – URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785991201650.html> (дата обращения: 29.01.2022). – Режим доступа : по подписке.

6.1.2. Катаев, А. В. Интернет-маркетинг : учебное пособие / Катаев А. В. – Ростов н/Д : Изд-во ЮФУ, 2018. – 153 с. – ISBN 978-5-9275-2673-4. – Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. – URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785927526734.html> (дата обращения: 28.01.2022). – Режим доступа : по подписке.

6.1.3. Оsipенков, Я. Google Analytics 2019 : Полное руководство / Osipenkov Я. – Москва : ДМК Пресс, 2019. – 748 с. – ISBN 978-5-97060-788-6. – Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. – URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970607886.html> (дата обращения: 28.01.2022). – Режим доступа : по подписке.

### 6.2. Справочно-библиографическая литература

6.2.1 Продвижение товаров и услуг [Электронный ресурс] : практическое руководство / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. – Москва : Дашков и К, 2021. Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394041655.html>

6.2.2. Mapp, Б. Ключевые инструменты бизнес-аналитики. 67 инструментов, которые должен знать каждый менеджер / Б. Марр – Москва : Лаборатория знаний, 2018. – ISBN 978-5-00101-610-6. – Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. – URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785001016106.html> (дата обращения: 28.01.2022). – Режим доступа : по подписке.

### **6.3.Перечень журналов по профилю дисциплины:**

- 6..3.1. VC.RU Маркетинг — сообщество, новости, обзоры, видео <https://vc.ru/marketing>
- 6.3.2. Новости рекламных технологий Яндекса <https://yandex.ru/adv/news>
- 6.3.3. COSSA.RU – маркетинг в социальных медиа, digital-маркетинг, интегрированные маркетинговые коммуникации <http://cossa.ru>
- 6.3.4. Информационный портал о ppc-маркетинге, контекстной и таргетированной рекламе, и веб-аналитике <https://ppc.world>
- 6.3.5. Блог Конверт Монстра — суровый интернет маркетинг <https://convertmonster.ru/blog>

### **6.4 Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям**

Оценочные материалы по дисциплине «Интернет-маркетинг» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью» направленность «Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью», всех форм обучения / Е.Л. Незнахина. – Н. Новгород: НГТУ им. Р.Е. Алексеева, 2021. – 12 с.

## **7. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Учебный процесс по дисциплине обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав по дисциплине определен в настоящей РПД и подлежит обновлению при необходимости).

### **7.1 Перечень информационных справочных систем**

Таблица 8. Перечень электронных библиотечных систем

<b>№</b>	<b>Наименование ЭБС</b>	<b>Ссылка к ЭБС</b>
1	Консультант студента	<a href="http://www.studentlibrary.ru/">http://www.studentlibrary.ru/</a>
2	Лань	<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>
3	Юрайт	<a href="https://biblio-online.ru/">https://biblio-online.ru/</a>

**7.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства необходимого для освоения дисциплины**

Таблица 9. Программное обеспечение

Программное обеспечение, используемое в университете на договорной основе	Программное обеспечение свободного распространения
Microsoft Windows 7 (подписка MSDN 4689, подписка DreamSparkPremium, договор № Tr113003 от 25.09.14)	<b>Adobe Acrobat Reader (FreeWare)</b> <a href="https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html">https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html</a>
Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655)	<b>OpenOffice</b> (FreeWare) <a href="https://www.openoffice.org/ru/">https://www.openoffice.org/ru/</a>

**7.3 Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

В таблице 9 указан перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, к которым обеспечен доступ (удаленный доступ). Данный перечень подлежит обновлению в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

В данном разделе могут быть приведены ресурсы (ссылки на сайты), на которых можно найти полезную для курса информацию, в т.ч. статистические или справочные данные, учебные материалы, онлайн курсы и т.д.

**Таблица 9 – Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

№	Наименование профессиональной базы данных, информационно-справочной системы	Доступ к ресурсу (удаленный доступ с указанием ссылки/доступ из локальной сети университета)
1	2	3
1	Единый архив экономических и социологических данных	<a href="http://sophist.hse.ru/data_access.shtml">http://sophist.hse.ru/data_access.shtml</a>

**8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОВЗ**

В таблице 10 указан перечень образовательных ресурсов, имеющих формы, адаптированные к ограничениям их здоровья, а также сведения о наличии специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования. При заполнении таблицы может быть использована информация, размещенная в подразделе «Доступная среда» специализированного раздела сайта НГТУ «Сведения об образовательной организации» <https://www.nntu.ru/sveden/accenv/>

Таблица 10 – Образовательные ресурсы для инвалидов и лиц с ОВЗ

<b>№</b>	<b>Перечень образовательных ресурсов, приспособленных для использования инвалидами и лицами с ОВЗ</b>	<b>Сведения о наличии специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования</b>
1	ЭБС «Консультант студента»	озвучка книг и увеличение шрифта
2	ЭБС «Лань»	специальное мобильное приложение - синтезатор речи, который воспроизводит тексты книг и меню навигации
3	ЭБС «Юрайт»	версия для слабовидящих

## 9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные аудитории для проведения занятий по дисциплине, оснащены оборудованием и техническими средствами обучения

В таблице 11 перечислены:

- учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся, которые должны оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду НГТУ.

Таблица 11 – Оснащенность аудиторий и помещений для самостоятельной работы

студентов по дисциплине

<b>№</b>	<b>Наименование аудиторий и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Оснащенность аудиторий помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа</b>
1	3215 Мультимедийная аудитория	Доска меловая; 2. Мультимедийный проектор	1. Windows XP, Prof, S/P3 (подписка Dream Spark Premium,

№	Наименование аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность аудиторий помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
	(для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации); г. Нижний Новгород, ул. Минина, 28а, корп.3	BenQ ; 3. Компьютер PC AMD Athlon 64 X2 Dual Core Processor 4600+ 2,40 GHz/1 Gb RAM/HDD 250 Gb/DVD-ROM, монитор 17"	договор №Tr113003 от 25.09.14); 2. Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655); 3. Dr.Web (СН B241-3jB7-6EP7-BQB4 от 18.05.2020)

## 10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

### 10.1 Общие методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- балльно-рейтинговая технология оценивания;
- разбор конкретных ситуаций.

При преподавании дисциплины «Интернет-маркетинг», используются современные образовательные технологии, позволяющие повысить активность студентов при освоении материала курса и предоставить им возможность эффективно реализовать часы самостоятельной работы.

На лекциях, практических занятиях реализуются интерактивные технологии, приветствуются вопросы и обсуждения, используется личностно-ориентированный подход, технология работы в малых группах, что позволяет студентам проявить себя, получить навыки самостоятельного изучения материала, выровнять уровень знаний в группе.

Все вопросы, возникшие при самостоятельной работе над домашним заданием, подробно разбираются на практических занятиях и лекциях. Проводятся индивидуальные и групповые консультации с использованием, как встреч студентами, так и современных информационных технологий: чат, электронная почта, ZOOM.

Инициируется активность студентов, поощряется задание любых вопросов по материалу, практикуется индивидуальный ответ на вопросы студента, рекомендуются методы успешного самостоятельного усвоения материала в зависимости от уровня его базовой подготовки.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов в процессе текущего контроля.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с учетом текущей успеваемости.

**Результат обучения считается сформированным на повышенном уровне**, если теоретическое содержание курса освоено полностью. При устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, использует в ответе дополнительный материал. Все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты, проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

**Результат обучения считается сформированным на пороговом уровне**, если теоретическое содержание курса освоено полностью. При устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий

**Результат обучения считается несформированным**, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже трех по оценочной системе, что соответствует допороговому уровню.

## **10.2 Методические указания для занятий лекционного типа**

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины (Таблица 4). Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на

наиболее сложные и важные положения изучаемого материала. Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям / лабораторным работам и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

### **10.3 Методические указания по освоению дисциплины на практических работах**

Практические занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- получение умений и навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;
- умение решать ситуационные задачи;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

### **10.4 Методические указания по самостоятельной работе обучающихся**

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы, представленной в Разделе 6.

В процессе самостоятельной работы при изучении дисциплины студенты могут работать на компьютере в специализированных аудиториях для самостоятельной работы (указано в таблице 11). В аудиториях имеется доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) и электронной библиотечной системе (ЭБС), где в электронном виде располагаются учебные и учебно-методические материалы, которые могут быть использованы для самостоятельной работы при изучении дисциплины.

Методические указания для занятий лекционного типа, по освоению дисциплины на практических занятиях и по самостоятельной работе находятся в оценочных материалах по дисциплине «Интернет-маркетинг», которые хранятся на кафедре «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации».

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

## 11. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**11.1 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе текущего контроля успеваемости**

Для текущего контроля знаний студентов по дисциплине проводится комплексная оценка знаний, включающая:

- проведение контрольных работ;
- обсуждение теоретических вопросов;
- решение ситуационных задач;
- тестирование;
- экзамен.

Типовые задания по каждому виду текущего контроля представлены в оценочных материалах по дисциплине «Интернет-маркетинг», которые хранятся на кафедре «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации».

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор института ИНЭУ

“\_ \_ \_” 201\_ г.

**Лист актуализации рабочей программы дисциплины**

**Б.1.В.ДВ.1 «Интернет-маркетинг»**

индекс по учебному плану, наименование

для подготовки магистров

Направление подготовки: 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью»

Направленность ОП ВО «Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью»

Форма обучения очная

Год начала подготовки: 2021

Курс 1

Семестр 2

а) В рабочую программу не вносятся изменения. Программа актуализирована для 20\_ г. начала подготовки.

б) В рабочую программу вносятся следующие изменения (указать на какой год начала подготовки):

1) .....;

2) .....;

3) .....

Разработчик (и): Незнахина Е.Л. к.э.н, доц.

«\_ \_ \_» 2021 г.

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры ЦЭ

..... протокол № \_\_\_\_\_ от «\_ \_ \_» 2021\_ г.

Заведующий кафедрой

С.Н. Митяков

**Лист актуализации принят на хранение:**

Заведующий выпускающей кафедрой «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации» \_\_\_\_\_ «\_ \_ \_» 2021\_ г.

Методический отдел УМУ: \_\_\_\_\_ «\_ \_ \_» 2021\_ г.

**РЕЦЕНЗИЯ**  
**на рабочую программу дисциплины**  
**«Интернет-маркетинг»**  
**ОП ВО по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью,**  
**направленность «Интернет-коммуникации в рекламе и связях с**  
**общественностью»**  
**(квалификация выпускника – магистр)**

Корнилов Дмитрий Анатольевич, профессор кафедры «Управление инновационной деятельностью» НГТУ им. Р.Е.Алексеева, д.э.н., профессор провел рецензию рабочей программы дисциплины «Веб-аналитика» ОП ВО по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность «Интернет-коммуникации в рекламе и связях с (магистратура) разработанной в ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный технический университет имени Р.Е. Алексеева», на кафедре «Цифровая экономика» (разработчик – Незнахина Елена Леонидовна к.э.н., доцент).

Рассмотрев представленные на рецензию материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

Программа соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью». Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам. Представленная в Программе актуальность учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина «Веб-аналитика» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана, образовательной программы. Дисциплина реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОП ВО и УП, по направлению подготовки 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью» направленность ОП ВО «Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью».

Представленные в Программе цели дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО направления 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью».

В соответствии с Программой за дисциплиной «Веб-аналитика» закреплено УК-9. Дисциплина и представленная Программа способны реализовать их в объявленных требованиях.

**Результаты обучения**, представленные в Программе в категориях знать, уметь, владеть соответствуют специфике и содержанию дисциплины и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.

Общая трудоёмкость дисциплины «Веб-аналитика» составляет 4 зачётные единицы (144 часа). Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «Веб-аналитика» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.04.01. Реклама и связи с общественностью, и возможность дублирования в содержании отсутствует.

Представленная Программа предполагает использование образовательных технологий, используемых при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.

Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

Представленные и описанные в Программе формы *текущей* оценки знаний (опрос, как в форме обсуждения отдельных вопросов, так и выступления и участие в дискуссиях, участие в тестировании,) и аудиторных заданиях – решение ситуационных задач), соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Нормы оценки знаний, представленные в Программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 3 наименования, дополнительной литературой – 4 наименования, периодическими изданиями – 3 источника и соответствует требованиям ФГОС ВО направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

Материально – техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике

дисциплины ««Интернет-маркетинг» и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

## **ОБЩИЕ ВЫВОДЫ**

На основании проведенной рецензии можно сделать заключение, что характер,

структура и содержание рабочей программы дисциплины «Веб-аналитика» ОПОП ВО по направлению 42.04.01. Реклама и связи с общественностью, направленность «Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью» (магистратура), разработанная Незнахиной Е.Л., доцентом кафедры «Цифровая экономика», к.э.н., соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при

её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Профессор кафедры «Управление инновационной  
деятельностью» НГТУ им. Р.Е. Алексеева, д.э.н., профессор

Д.А. Корнилов

«\_\_\_\_\_»

----- 2021\_ г.

---