

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ушвицкий Л.И. Ушвицкий

Должность: и.о. директора Института экономики и управления

Дата подписания: 28.05.2026 11:41:50

Уникальный программный ключ:

46f7031a7046958ffdb4e91f81e17726331d25a8

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор института
экономики и управления,
доктор экономических наук,
профессор
Л.И. Ушвицкий

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Интернет-маркетинг, управление продажами и коммуникациями

Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Направленность (профиль)	Стратегический менеджмент и маркетинг
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется	3 семестр

Разработано:

Кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента
Заволокин В.А.

Ставрополь, 2026

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины заключается в формировании у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, компетенций путем изучения таких разделов, как основные подходы к созданию Интернет-компаний, основные виды сетевого бизнеса, денежные расчеты в сети и платежные системы, финансовый менеджмент в Интернет-компаниях, реклама в сети.

Задачи дисциплины:

- формирование у студента знания и понимания теоретических особенностей интернет-маркетинга, управления продажами и коммуникациями;
- получение студентом знаний об основных положениях интернет-маркетинга, управления продажами и коммуникациями;
- усвоение студентом направлений к расширению знаний об интернет-маркетинге, управлении продажами и коммуникациями и их методах;
- формирование у студента понимания направлений практического применения полученных знаний об интернет-маркетинге, управлении продажами и коммуникациями.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Интернет-маркетинг, управление продажами и коммуникациями» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИД-1. УК-5. Имеет представление о сущности и принципах анализа разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия	Применяя знания, умения и навыки в области интернет-маркетинга, управления продажами и коммуникациями, способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия, в том числе имеет представление о сущности и принципах анализа разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия.

УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИД-2. УК-5. Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Применяя знания, умения и навыки в области интернет-маркетинга, управления продажами и коммуникациями, способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия, в том числе демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.
ПК-3. Способен разрабатывать и реализовывать комплекс маркетинга, интегрировать маркетинговые технологии управления в деятельность организации в цифровой бизнес-среде	ИД-1. ПК-3. Способен формировать ценовую, сбытовую и коммуникационную политики организации, выявлять направления интеграции маркетинговых технологий в деятельность организации, оценивать целесообразность их применения, предлагать меры по их совершенствованию с учетом развития цифровой среды	Применяя знания, умения и навыки в области интернет-маркетинга, управления продажами и коммуникациями, способен разрабатывать и реализовывать комплекс маркетинга, интегрировать маркетинговые технологии управления в деятельность организации в цифровой бизнес-среде, в том числе способен формировать ценовую, сбытовую и коммуникационную политики организации, выявлять направления интеграции маркетинговых технологий в деятельность организации, оценивать целесообразность их применения, предлагать меры по их совершенствованию с учетом развития цифровой среды.

4. Объем учебной дисциплины и формы контроля *

Объем занятий: всего 3 з.е. 108 акад.ч	ОФО, в акад.часах
Контактная работа	
Лекции/из них практическая подготовка	18/0
Лабораторных работ/ из них практическая подготовка	0
Практический занятий/ из них практическая подготовка	18/0
Самостоятельная работа	72
Формы контроля	
Зачет	+
Зачет с оценкой	-
Экзамен	-
Курсовая работа	нет
Контрольная работа	да

* Дисциплина предусматривает применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	Очная форма			С а м о с т о я т е л ь н а я р а б о т а , ч а с о в	Формы текущего контроля успеваемости
			Контактная работа обучающихся с преподавателем / из них в форме практической подготовки, часов				
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		
1	Тема 1. Основные подходы к созданию интернет-компаний 1.1. Цели и концепции бизнеса 1.2. Бизнес-модели 1.3. Модель B2C – бизнес, ориентированный на конечных потребителей – физических лиц 1.4. Модель B2B – бизнес для бизнеса 1.5. Смешанные и производные бизнес-модели	ИД-1. УК-5 ИД-2. УК-5 ИД-1. ПК-3	4	4	-	12	Собеседование Индивидуальное задание
2	Тема 2. Основные виды сетевого бизнеса 2.1. Интернет-магазины 2.2. Корпоративные сайты 2.3. Каталоги, рейтинги, поисковые системы 2.4. Контент-проекты 2.5. Информационный бизнес в сети 2.6. Финансовые услуги 2.7. Рекламный бизнес. Разработка и поддержка сайтов 2.8. Услуги связи и средства общения 2.9. Торговые площадки 2.10. Дистанционное обучение и online-	ИД-1. УК-5 ИД-2. УК-5 ИД-1. ПК-3	4	4	-	12	Собеседование

	консультации						
3	Тема 3. Денежные расчеты в сети. Платежные системы 3.1. Классификация платежей и платежных систем 3.12. Обзор зарубежных платежных систем 3.13. Расчеты с помощью собственных предоплаченных платежных инструментов 3.14. Вопросы безопасности платежей в Интернете	ИД-1. УК-5 ИД-2. УК-5 ИД-1. ПК-3	4	4	-	12	Собеседование Индивидуальное задание
4	Тема 4. Финансовый менеджмент в интернет-компаниях. 4.1. Учет и отчетность. Методы финансового анализа 4.2. Структура и классификация доходов и расходов 4.3. Текущая деятельность. Операционный и финансовый леверидж 4.4. Ассортиментная политика 4.5. Управление оборотными активами и краткосрочными пассивами 4.6. Управление внеоборотными активами. Инвестиционный анализ 4.7. Оценка риска. Риск-менеджмент 4.8. Финансовое планирование. Бюджет Интернет-компаний 4.9. Основные подходы к оценке стоимости Интернет-компаний 4.10. Обзор функционала программ: Microsoft Windows, Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), Bitrix24	ИД-1. УК-5 ИД-2. УК-5 ИД-1. ПК-3	2	2	-	12	Собеседование
5	Тема 5. Реклама в сети 5.1. Особенности Интернет-рекламы	ИД-1. УК-5 ИД-2. УК-5 ИД-1. ПК-3	4	4	-	24	Собеседование доклад

5.2. Воздействие рекламных акций на количественный и качественный состав аудитории сайта 5.3. Рекламные носители в Интернете 5.4. Ценовые модели размещения рекламы 5.5. Прямое размещение рекламы на сайтах-рекламных площадках 5.6. Баннерные сети 5.7. Сети обмена текстовыми блоками 5.8. Реклама с использованием e-mail 5.9. Партнерские программы 5.10. Рекламные брокеры–сервисные службы по организации партнерских программ 5.11. Форумы. Чаты. Доски объявлений 5.12. Поисковые системы. Каталоги. Рейтинги 5.13. Прямой обмен ссылками и баннерами 5.14. Off line-реклама Интернет-компаний 5.15. Дисконтные системы и бонусные программы 5.16. Бесплатное распространение образцов продукции 5.17. Сервисы по управлению рекламой 5.18. Системы «активной» рекламы 5.19. Размещение рекламы через рекламные агентства 5.20. Имиджевая реклама в Интернете 5.21. Медиа-планирование. Оптимизация рекламных расходов и анализ эффективности рекламной кампании						
ИТОГО		18	18	-	72	

6. Фонд оценочных средств по дисциплине

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием индикаторов их достижения. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения по дисциплине.

ФОС по дисциплине включает в себя:

- описание критериев оценивания компетенции на различных этапах их формирования, шкал оценивания;
- типовые оценочные средства, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине и уровня сформированности компетенций.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине, включаются в методические указания.

ФОС являются приложением к данной программе дисциплины.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящён рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Лабораторные работы направлены на приобретение опыта практической работы в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим и лабораторным занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Береговая, И. Б. Электронная коммерция Электронный ресурс / Береговая И. Б.: учебное пособие для обучающихся по образовательным программам высшего образования по направлениям подготовки 38.04.02 менеджмент, 38.03.06 торговое дело. - Оренбург : ОГУ, 2018. - 129 с. - Рекомендовано ученым советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Оренбургский государственный университет» для обучающихся по образовательным программам высшего образования по направлениям подготовки 38.04.02 Менеджмент, 38.03.06 Торговое дело. - ISBN 978-5-7410-2361-7, экземпляров неограничено

2. Кобелев, О. А. Электронная коммерция : учебное пособие / О.А. Кобелев ; под ред. С. В. Пирогов. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 684 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01738-4, экземпляров неограничено

3. Моисеев, В. Бизнес из ничего, или Как построить интернет-компанию и не сойти с ума

Электронный ресурс / В. Моисеев ; ред. Д. Соколова-Митрича. - Бизнес из ничего, или Как построить интернет-компанию и не сойти с ума, 2020-06-10. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 224 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-9614-2095-1, экземпляров неограничено

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Сковиков, А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция Электронный ресурс / Сковиков А. Г. : учебное пособие для вузов. - 2-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Лань, 2021. - 260 с. - ISBN 978-5-8114-6857-7, экземпляров неограничено

2. Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина / М.В. Прохорова, А.Л. Коданина. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 333 с. : табл. - ISBN 978-5-394-02405-4, экземпляров неограничено

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Интернет-маркетинг, управление продажами и коммуникациями» для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент - [Электронная версия]

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Интернет-маркетинг, управление продажами и коммуникациями» для студентов направления 38.04.02 Менеджмент - [Электронная версия]

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» — Режим доступа: <http://biblioclub.ru>

2. Сайт «Экономика и управление на предприятиях: научно-образовательный портал» <http://www.eup.ru>

3. Сайт «Административно-управленческий портал» <http://www.aup.ru/>

4. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов — Режим доступа: <http://fcior.edu.ru>

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На практических занятиях студенты представляют комплект практических работ, презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» — Режим доступа: <http://biblioclub.ru>

2. Сайт «Экономика и управление на предприятиях: научно-образовательный портал» <http://www.eup.ru>

3. Сайт «Административно-управленческий портал» <http://www.aup.ru/>

4. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов — Режим доступа: <http://fcior.edu.ru>

Программное обеспечение:

1	Альт Рабочая станция 10
2	Альт Рабочая станция К

3	Альт «Сервер»
4	Пакет офисных программ - Р7-Офис

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекции	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Практические занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и возможностью доступа к электронной информационно-образовательной среде университета.

11. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,

- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),

- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,

- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН «О направлении методических рекомендаций»).

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (МТС Линк), а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.