

УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»

Актуализированная версия
утверждена на заседании Ученого совета
Университета «Синергия»
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

Утверждаю
Ректор Университета «Синергия»
кандидат экономических наук, доцент
А. И. Васильев
01.12.2025 г

КОМПЛЕКТ РАБОЧИХ ПРОГРАММ

УЧЕБНЫХ ПРЕДМЕТОВ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ «Интернет-маркетинг»

Наименование программы

г. Москва 2025

УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»

Актуализированная версия
утверждена на заседании Ученого совета
Университета «Синергия»
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

Утверждаю
Ректор Университета «Синергия»
кандидат экономических наук, доцент
А. И. Васильев
01.12.2025 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА «Интернет-маркетинг»

(наименование дисциплины (курса, учебного предмета) по учебному плану)

Москва 2025

1. Цель изучения учебного предмета

1. Целью освоения учебного предмета является развитие интереса к интернет-маркетингу через формирование знаний, умений и навыков разработки проектов в сфере таргетированной рекламы.

2. Планируемые результаты обучения по учебному предмету

Знать	<ul style="list-style-type: none">• основы интернет-маркетинга, контент-маркетинга и видео-маркетинга;• особенности продвижения контента в социальных сетях;• основы работы в таргетированной рекламе;• особенности создания проектов в сфере интернет-маркетинга.
Уметь	<ul style="list-style-type: none">• создавать контент для социальных сетей разного формата;• продвигать контент в социальных сетях;• работать с таргетированной рекламой;• анализировать полученные знания и работать с разными источниками информации.
Владеть	<ul style="list-style-type: none">• навыками работы с интернет-маркетингом, контент-маркетингом и видео-маркетингом;• навыками продвижения в социальных сетях;• навыками использования в работе таргетированной рекламы;• навыками работы над проектами;• навыками проведения анализа полученных знаний;• навыками коммуникативных отношений внутри проектных групп и в коллективе.

3. Содержание учебного предмета

3.1. Распределение учебного времени, выделенного на контактную работу обучающихся с преподавателем, на самостоятельную работу обучающихся и учебные часы с использованием дистанционных образовательных технологий

Общая трудоемкость (объем) учебного предмета составляет 72 академических часа.

Продолжительность: 12 недель.

Недельная нагрузка: 6 часов в неделю.

Предварительный режим занятий: 3 дня в неделю по 2 часа.

№	Наименование тем учебного предмета	Общая трудоемкость, ч.	Всего, ч. Сумма	Контактная работа, ч			Учебные занятия с применением дистанционных технологий, ч	Самостоятельная работа, ч	Форма аттестации
				Лекции	Лабораторные работы	Практические и семинарские занятия			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Тема 1. Введение в интернет-маркетинг	8	0	0	0	0	4	4	-
2	Тема 2. Основы работы с проектами	6	0	0	0	0	3	3	-
3	Тема 3. Контент-маркетинг	6	0	0	0	0	3	3	-
4	Тема 4. Видео-маркетинг	6	0	0	0	0	3	3	-
5	Тема 5. Продвижение в социальных сетях	8	0	0	0	0	4	4	-
6	Тема 6. Таргетированная реклама: часть 1	12	0	0	0	0	4	8	-
7	Тема 7. Таргетированная реклама: часть 2	12	0	0	0	0	4	8	-
8	Тема 8. Как начать зарабатывать	8	0	0	0	0	4	4	-
	Промежуточная аттестация	6	0	0	0	0	0	0	Зачет
	Итого:	72	0	0	0	0	29	37	6

3.2. Содержание тем учебного предмета

Тема 1. Введение в интернет-маркетинг

- Основы интернет-маркетинга и его роль в современном мире
- Обязанности и мышление маркетолога
- Выбор проектов и выстраивание коммуникации с заказчиком

Тема 2. Основы работы с проектами

- Основные этапы работы с проектами
- Экспертиза анализа ЦА
- Анализ конкурентов для работы с проектами
- Направления работы: SMM-сопровождение и продвижение имеющегося проекта
- Метрики, на которые нужно ориентироваться в работе

Тема 3. Контент-маркетинг

- Разработка стратегии для работы с проектами
- Создание контент-плана с высокой доходностью до читателя

Тема 4. Видео-маркетинг

- Подготовка к созданию видео-контента и техники съемки видео
- Основы мобильного монтажа

Тема 5. Продвижение в социальных сетях

- Оформление страниц в социальных сетях
- Инструменты и приемы привлечения аудитории
- Взаимодействие с подписчиками
- Оценка эффективности продвижение

Тема 6. Таргетированная реклама: часть 1

- Преимущества продвижения внутри ВКонтакте и разбор терминов на примерах
- Разбор старого и нового рекламных кабинетов
- Структура работы и расчет бюджета
- Влияние на покупателей через рекламу
- Анализ конкурентов
- Создание креативов и написание текстов для рекламы

Тема 7. Таргетированная реклама: часть 2

- Комплексная настройка рекламы на реальном проекте (старый кабинет)
- Комплексная настройка рекламы на реальном проекте (новый кабинет)
- Оценка показателей и отчетность клиенту
- Оптимизация рекламных кампаний
- Чат-бот

Тема 8. Как начать зарабатывать?

- Самопрезентация. Портфолио или коммерческое предложение
- Где искать клиентов
- Отработка возражений
- Как устанавливать цену за свои услуги

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение (курса, учебного предмета)

№ п/п	Вид и наименование литературы
Основная:	
1.	Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. – 2-е изд., пересм. – Москва : Дашков и К, 2021. – 346 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684274 (дата обращения: 05.02.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04250-8. – Текст : электронный.
2.	Кульпин, С. В. Структура и содержание интернет-маркетинга : учебное пособие / С. В. Кульпин ; под ред. Е. В. Попова ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2020. – 103 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699056 (дата обращения: 05.02.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7996-3027-0. – Текст : электронный.
3.	Шевченко, Д. А. Основы теории и практики рекламы : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, М. В. Гундарин ; под общ. ред. Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 392 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705395 (дата обращения: 05.02.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3865-7. – DOI 10.23681/705395. – Текст : электронный.
Дополнительная:	
4.	Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 185 с.
5.	Шевченко, Д. А. Маркетинг услуг : учебник для вузов : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2020. – 192 с.
Информационное обеспечение	
6.	Гарант http://www.garant.ru
7.	Образовательная платформа lms.synergy.ru
8.	ЭБС Юрайт urait.ru

5. Учебно-материальная база, необходимая для осуществления образовательного процесса по (курсу, учебному предмету)

Материально-техническое обеспечение учебного предмета включает в себя:

- персональный компьютер/мобильное устройство (обучающийся обеспечивает самостоятельно) с любой операционной системой, позволяющей использовать браузеры и подключаться к сети «Интернет»;
- стандартный пакет офисных программ (обучающийся обеспечивает самостоятельно, полный список возможно уточнить у куратора программы);
- обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета - lms.synergy.ru;
- обеспечение доступа в электронную библиотеку urait.ru.

6. Методические рекомендации (указания, материалы) для преподавателей и обучающихся

В процессе освоения учебного предмета используются такие виды

учебных занятий и работ как: учебные занятия с применением дистанционных технологий, самостоятельная работа.

Методические указания для обучающихся при обучении в виде занятий с применением ДОТ

В процессе занятий с ДОТ рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, выполнить самостоятельную работу.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанного занятия с применением ДОТ.

Занятия с применением ДОТ имеют логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Также в завершении занятия с применением ДОТ преподаватель знакомит обучающихся с литературой (основной, дополнительной), с практическими заданиями для самостоятельной работы и даёт рекомендации по их выполнению. Полученную информацию целесообразно кратко и лаконично записывать.

Методические указания для преподавателей при проведении занятий с применением ДОТ

Занятия с применением ДОТ (далее занятие) – систематическое, последовательное изложение преподавателем учебного материала, записанное на видеокамеру.

Содержание тем занятий должно соответствовать цели учебного предмета и способствовать достижению планируемых результатов обучения по нему.

Объяснение нового материала рекомендуется начать с актуализации ранее изученных обучающимися тем, а также раскрытия цели и задач занятия. Затем перейти к его основной части, в которой формируются планируемые результаты обучения (знания) по учебному предмету.

Завершается занятие выводами по изученной теме. В этой части необходимо подчеркнуть, что обучающийся узнал нового на основе учебных элементов занятия. Также преподавателю необходимо ознакомить обучающихся с литературой (основной, дополнительной), с практическими заданиями и дать рекомендации по их выполнению.

Методические указания для обучающихся по выполнению самостоятельной работы

По мере прослушивания занятий в видеозаписи, слушатель последовательно выполняет самостоятельную работу, в которую входят: изучение рекомендованной (обязательной и дополнительной) литературы, выполнение заданий.

Прежде чем приступить к выполнению самостоятельной работы, слушателю необходимо подготовить оформленные в процессе занятий записи конспектов.

В ходе выполнения самостоятельной работы необходимо следовать рекомендациям, полученным от преподавателя в конце занятия, использовать материал занятий и конспекты, оформленные по ним,

рекомендованную литературу.

Методические указания для преподавателей по организации самостоятельной работы

Для организации самостоятельной работы обучающихся преподаватель задания, направленные на формирование и закрепление полученных знаний по учебному предмету. Задания с указаниями размещаются на платформе электронного обучения lms.synergy.ru.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Тема 1. Задание:

Ответьте на вопросы:

1. Перечислите все основные термины интернет-маркетинга
2. Почему интернет-маркетинг важен в современном мире?
3. Перечислите инструменты маркетолога

Тема 2. Задание:

1. Перечислите основные этапы работы с проектами
2. Как правильно проводить анализ целевой аудитории и конкурентов?
3. Чем SMM-сопровождение отличается от продвижения имеющегося проекта?

Тема 3. Задание:

Выберите двух блогеров в социальных сетях (ВКонтакте, Telegram, Instagram), которых вы смотрите и следите за их контентом и проведите анализ их аккаунтов в формате «Плюсы» и «Точки роста».

Тема 4. Задание:

Представьте, что Вас пригласили в компанию на должность видеомейкера. Ваше первое задание – съемка видео-знакомства.

- Придумайте нишу, в которой работаете;
- Распишите по пунктам, что вам понадобится для съемки;
- Опишите, в каком формате будет проходить съемка видео и создайте небольшой сценарий для съемки с учетом тайминга.

Тема 5. Задания:

Задание 1.

Напишите краткое описание потенциального покупателя для продукта "Умные наушники". Учтите возраст, интересы, стиль жизни и основные потребности целевой аудитории. Затем проведите краткий анализ конкурентов, выделите их преимущества и недостатки. Это позволит лучше понять, какие особенности следует выделить в рекламной кампании.

Задание 2.

Создайте стратегию взаимодействия с клиентами для продукта "Умный дом". Включите в нее элементы контент-маркетинга, программу лояльности и обратную связь от клиентов. Предложите идеи для удержания клиентов и стимулирования повторных покупок. Разработайте план внедрения этой стратегии в компанию.

Тема 6. Задание:

Используя платформу таргетированной рекламы, создайте простое рекламное объявление для продукта "Фитнес-трекер". Определите целевую аудиторию, выберите основные характеристики продукта, и напишите краткий текст объявления с призывом к действию. Обратите внимание на использование привлекательных изображений.

Тема 7. Задания:

Задание 1.

Оформите свою страницу в социальных сетях (ВКонтакте, Telegram, Instagram) в качестве эксперта по интернет-маркетингу. Задание принимается в формате скриншота вашей страницы.

Задание 2.

Продумайте контент-план на неделю для вашего блога. распишите темы, о которых будете рассказывать в своем блоге. Напишите текст для двух постов (пост-знакомство и экспертный пост).

Тема 8. Задание:

Придумайте список услуг, которые вы могли бы реализовывать в качестве эксперта по интернет-маркетингу. Сформируйте прайс-лист.

Критерии оценивания

Оценка	Критерий оценивания:
5 (отлично)	Присутствуют и полностью раскрыты все пункты в рамках задания.
4 (хорошо)	Присутствуют все пункты в рамках задания, но раскрыты не в полной мере.
3 (удовлетворительно)	Присутствует половина пунктов в рамках задания.
2 (неудовлетворительно)	Отсутствует более половины пунктов в рамках задания.

7. Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по (курсу, учебному предмету)

7.1. Промежуточная аттестация

Форма проведения промежуточной аттестации – зачет.

Порядок проведения промежуточной аттестации: проводится дистанционно, предполагает выполнение обучающимся одного практического задания, направленного на оценку сформированности планируемых результатов обучения (умений и практического опыта). Обучающийся получает задания в личном кабинете, выполняет его самостоятельно и сдает результаты на проверку. По результатам проверки обучающемуся выставляется оценка.

Практическое задание, выносимое на промежуточную аттестацию:

Вы представляете интернет-маркетинговое агентство, и вам поручено разработать и провести маркетинговую кампанию для онлайн-бизнеса, специализирующегося на продаже товаров для здорового образа жизни (например, спортивные товары, органические продукты). Компания уже имеет онлайн-присутствие, но ей нужно увеличить видимость, привлечь новых клиентов и укрепить отношения с существующей аудиторией.

Анализ рынка: проведите глубокий анализ целевой аудитории, исследование конкурентов и текущего положения рынка. Определите уникальные особенности продуктов компании и их конкурентные преимущества.

Стратегия контента: разработайте стратегию контент-маркетинга, включая создание блога, видеоконтента, инфографики и других материалов, которые будут интересны и полезны для целевой аудитории.

Социальные сети и взаимодействие с аудиторией: создайте план ведения социальных сетей с учетом особенностей платформ. Определите ключевые моменты взаимодействия с аудиторией, проведение конкурсов, ответы на комментарии и создание привлекательных постов.

Email-маркетинг: разработайте стратегию email-маркетинга для удержания существующих клиентов и привлечения новых. Включите в нее регулярные рассылки с информацией о новых продуктах, специальных предложениях и персональных рекомендациях.

Платная реклама: создайте кампанию по платной рекламе, используя платформы, такие как Google Ads и Facebook Ads. Определите ключевые слова, целевую аудиторию, бюджет и метрики успеха.

Промежуточная аттестация проводится дистанционно. Ко времени на начала зачета обучающийся получает документ с перечнем заданий. Срок выполнения - 6 часов. До окончания обозначенного времени обучающемуся необходимо отправить документ с выполненным заданием на почту куратору, который осуществляет проверку.

Критерии оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Критерий оценивания:
5 (отлично)	Присутствует решение по всем пунктам задания. Задания раскрыты в полном объеме.
4 (хорошо)	Присутствует решение 4 пунктов задания. Задания раскрыты в полном объеме.
3 (удовлетворительно)	Присутствует решение 3 задания. Задания раскрыты в неполном объеме.
2 (неудовлетворительно)	Отсутствует решение заданий.