

Министерство просвещения Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»  
Институт гуманитарного и социально-экономического образования  
Кафедра философии, социологии и социальной работы

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
Б1.В.ДВ.04.01 «ПРОДВИЖЕНИЕ И ЛИДОГЕНЕРАЦИЯ»**

Направление подготовки 39.03.01 Социология

Профиль программы «Социология медиакоммуникаций»

Автор(ы): канд. социол. наук, доцент, И.В. Чебыкина  
доцент

Одобрена на заседании кафедры философии, социологии и социальной работы.  
Протокол от «14» ноября 2022 г. №5.

Рекомендована к использованию в образовательной деятельности научно-методической комиссией института ГСЭО РГППУ. Протокол от «16» ноября 2022 г. №3.

Екатеринбург  
2022

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Продвижение и лидогенерация»: сформировать у студентов базовые теоретические и практические знания о продвижении в интернете с возможностью применения полученных знаний и навыков в деятельности коммуникационных агентств и коммуникационных подразделений компаний.

Задачи:

- сформировать у студентов навыки использования современного инструментария при работе с интернет-медиа, в частности, используемого для размещения контента, анализа ключевых показателей эффективности и мониторинга;
- сформировать теоретические и практические знания, необходимые для осуществления мер, связанных с рыночными отношениями в интернете, развить интерес к исследованию рыночных процессов в интернете;
- стимулировать творческий подход к работе в области продвижения в интернете;
- развить интерес к использованию креативных техник в работе.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Продвижение и лидогенерация» относится к учебного плана. Для изучения учебной дисциплины необходимы знания, умения и владения, формируемые следующими дисциплинами:

1. Теория массовых коммуникаций и массмедиа.
2. Маркетинговые технологии в медиасфере.
3. Основы SMM.
4. Взаимодействие СМИ и аудитории.

Перечень учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и владения, формируемые данной учебной дисциплиной:

1. Организация и проведение коммуникационных кампаний в медиaprостранстве.
2. Репутационный имидж менеджмент.

## 3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:



- УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);
- УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;
- ПКС-3 Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением информационных технологий.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

З1. Стратегии интернет-маркетинга и каналы цифровых коммуникаций для выполнения задач маркетинговой стратегии.

Уметь:

У1. Использовать инструменты маркетинга в Интернете и применять их при проведении рекламных, PR и BTL кампаний.

Владеть:

В1. Оценка эффективности как акций интернет маркетинга так и традиционных акций и кампаний при помощи интернет инструментов.

## 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1 Объем дисциплины и виды контактной и самостоятельной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зач. ед. (144 час.), семестр изучения – 7, распределение по видам работ представлено в табл. № 1.

Таблица 1. Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ

Вид работы	Форма обучения
	очная
	Семестр изучения
	7 сем.
	Кол-во часов
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	144
Контактная работа, в том числе:	68
Лекции	18
Практические занятия	34



Контроль самостоятельной работы	16
Самостоятельная работа студента	76
Промежуточная аттестация, в том числе:	
Зачет с оценкой	7 сем.

*\*Распределение трудоемкости по видам контактной работы для заочной формы обучения (при наличии) корректируется в соответствии с учебным планом заочной формы обучения.*

## 4.2 Содержание и тематическое планирование дисциплины

Таблица 2. Тематический план дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	Сем.	Всего, час.	Вид контактной работы, час.			СРС
			Лекции	Практ. занятия	Лаб. работы	
1. Обзор инструментов интернет-маркетинга	7	25	4	6	-	15
2. Разработка стратегии интернет-маркетинга	7	28	4	8	-	16
3. E-mail маркетинг	7	23	2	6	-	15
4. Создание и оптимизация сайта	7	27	4	8	-	15
5. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний	7	25	4	6	-	15

*\*Распределение часов по разделам (темам) дисциплины для заочной формы обучения осуществляется научно-педагогическим работником, ведущим дисциплину.*

## 4.3 Содержание разделов (тем) дисциплин

### Раздел 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга

Сущность и история развития интернет. Особенности маркетинга в интернет. Интернет как новая информационная среда. Функциональное назначение и ресурсы Интернет. Электронный бизнес и электронная коммерция. Виртуальное маркетинговое пространство и технологии Интернет в маркетинге. Сайт организации как инструмент маркетинга.

### Раздел 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга

Этапы построения системы маркетинга на основе сайта организации. Необходимые интернет-сервисы для создания сайта. Лидогенерация как направление в интернет-маркетинге. Виды лидов и способы оплаты. Источники



лидов. Разработка посадочных страниц и модели взращивания лидов на разных типах площадок. Особенности работы партнерских программ. Методика повышения качества лидов

### **Раздел 3. E-mail маркетинг**

Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем Тренды современного E-mail маркетинга. Стратегия сегментации. Экономическая эффективность массовых рассылок. Получатели спам рассылок и их списки Способы получения спам листа.

### **Раздел 4. Создание и оптимизация сайта**

Планирование Web-сайта. Реализация Web-сайта. Привлечение пользователей на Web-сайт Подведение итогов на основе сравнения полученных результатов с запланированными по установленным ранее критериям. Основные понятия SEO. Алгоритмы работы поисковых систем.

### **Раздел 5. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний**

Задачи и возможности веб-аналитики. Обзор и сравнительный анализ инструментов веб-аналитики. Виды способов сбора данных. Настройка целей и анализ конверсий. Использование Google Analytics для анализа эффективности рекламных кампаний. Карта кликов от Яндекс.Метрики.

## **5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Для изучения дисциплины используются различные образовательные технологии:

1. Традиционные образовательные технологии, которые ориентируются на организацию образовательного процесса, предполагающую прямую трансляцию знаний от преподавателя к студенту (преимущественно на основе объяснительно-иллюстративных методов обучения). Учебная деятельность студента носит в таких условиях, как правило, репродуктивный характер.

2. Для организации процесса обучения и самостоятельной работы используются информационно-коммуникационные образовательные технологии, представленные в виде педагогических программных средств и электронной информационно-образовательной среды (ЭИОС). Технологии расширяют возможности образовательной среды, как разнообразными программными средствами, так и методами развития креативности обучаемых. К числу таких программных средств относятся моделирующие программы, поисковые, интеллектуальные обучающие, экспертные системы, программы для проведения деловых игр.

3. Технология обучения в сотрудничестве применяются при проведении семинарских, практических и лабораторных занятий, нацелены на совместную



работу в командах или группах и достижение качественного образовательного результата.

4. При реализации образовательной программы с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения:

- состав видов контактной работы по дисциплине (модулю), при необходимости, может быть откорректирован в направлении снижения доли занятий лекционного типа и соответствующего увеличения доли консультаций (групповых или индивидуальных) или иных видов контактной работы;

- информационной основой проведения учебных занятий, а также организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) являются представленные в электронном виде методические, оценочные и иные материалы, размещенные в электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) университета, в электронных библиотечных системах и открытых Интернет-ресурсах;

- взаимодействие обучающихся и педагогических работников осуществляется с применением ЭИОС университета и других информационно-коммуникационных технологий (видеоконференцсвязь, облачные технологии и сервисы, др.);

- соотношение контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю) может быть изменено в сторону увеличения последней, в том числе самостоятельного изучения теоретического материала.

## **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

### ***6.1 Основная литература***

1. Сухов, В. Д. Маркетинг : учебник / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 353 с. — ISBN 978-5-4497-1589-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119289.html>

2. Мазилкина Е. И. Маркетинговые коммуникации : учебное пособие. - Москва : Дашков и К, 2016. - 256 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57161>.

### ***6.2 Дополнительная литература***

1. Дьякова Т.М. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т.М. Дьякова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2014. — 162 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21548.html>. — ЭБС «IPRbooks»

2. Синяев, В.В. Маркетинг аутсорсинга - функция менеджмента современной компании: проблемы, теория, практика [Электронный ресурс] : монография — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 208 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/70537>. — Загл. с экрана.



### **6.3 Программное обеспечение и Интернет-ресурсы**

Интернет-ресурсы:

1. Научная онлайн-библиотека Порталус. Режим доступа: <http://www.portalus.ru>
2. Научная электронная библиотека eLIBRARY. Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>
3. Электронная библиотека Гумер. Режим доступа: <http://www.gumer.info/>
4. Всемирная виртуальная библиотека. Режим доступа: <http://www.vlib.org>

Программное обеспечение:

1. Офисная система Office Professional Plus.
2. Браузер Chrome.
3. Операционная система Windows.

Информационные системы и платформы:

1. Система дистанционного обучения «Moodle».
2. Информационная система «Таймлайн».
3. Платформа для организации и проведения вебинаров «Mirapolis Virtual Room».

## **7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Перечень материально-технического обеспечения для реализации образовательного процесса по дисциплине:

1. Лекторий  
Современное образовательное пространство для проведения презентаций, встреч, лекций, тренингов и других мероприятий.
2. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа.
3. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа с мультимедийным оборудованием.
4. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского (практического) типа, проведения групповых и индивидуальных консультаций, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

