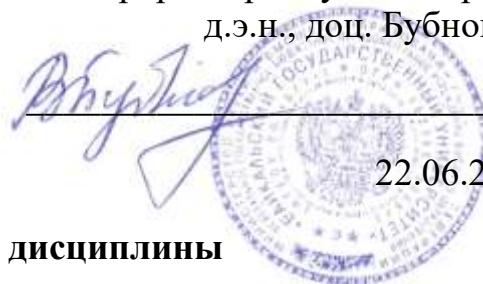


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе  
д.э.н., доц. Бубнов В.А



22.06.2020г.

**Рабочая программа дисциплины**  
**Б1.Б.24. Интернет-маркетинг**

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент  
Направленность (профиль): Управление бизнесом  
Квалификация выпускника: бакалавр  
Форма обучения: очная, заочная

	Очная ФО	Заочная ФО
Курс	3	3
Семестр	32	32
Лекции (час)	36	8
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	54	12
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	126	196
Курсовая работа (час)		
Всего часов	216	216
Зачет (семестр)	32	32
Экзамен (семестр)		

Иркутск 2020

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.03.02  
Менеджмент.

Автор К.А. Татаринов

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры  
менеджмента и сервиса

Заведующий кафедрой Е.А. Шагина

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2021

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2022

## 1. Цели изучения дисциплины

Учебная дисциплина «Интернет-маркетинг» позволяет дать будущим специалистам теоретические знания и сформировать у них практические умения и навыки применения информационных технологий для решения задач маркетинга и управления в экономических системах.

Основными целями изучения учебной дисциплины являются:

- формирование понятий современных концепций маркетинга;
- изучение тенденций развития сети «Интернет», сопутствующих технологий;
- изучение возможностей сети «Интернет» по хранению, передаче и обработке информации;
- изучение условий ведения маркетинговой деятельности в сети «Интернет»;
- изучение основ осуществления маркетинговых исследований при помощи средств сети «Интернет»;
- изучение основных особенностей использования сети «Интернет» для продвижения товаров и услуг;
- изучение возможностей сети «Интернет» по установлению контактов с потребителями и контрагентами;
- рассмотрение подходов к осуществлению сбытовой деятельности при помощи средств сети «Интернет»;
- обзор возможностей использования веб-сайтов для реализации маркетинговых задач предприятия;
- выработка практических навыков по осуществлению маркетинговых задач в сети «Интернет».

К задачам изучения дисциплины относятся:

- выработка системы специальных знаний в области использования сети «Интернет» для решения задач маркетинга;
- формирование у студентов практических навыков в области маркетинговых исследований в сети «Интернет»;
- формирование представления о задачах и современных методах организации сбыта в сети «Интернет»;
- формирование представления о задачах и современных методах организации продвижения продукции предприятия, самого предприятия в сети «Интернет»;
- овладение основами работы с веб-сайтами для решения маркетинговых задач;
- формирование навыков поиска и анализа информации средствами сети «Интернет»;
- формирование навыков поиска и анализа потенциальных потребителей и контрагентов средствами сети «Интернет».

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

### Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ОПК-7	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
	основных требований информационной безопасности
ПК-9	способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли
ПК-12	умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

### Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ОПК-7 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	З. знать понятийный аппарат и основные категории в области информационно-коммуникационных технологий и основные требования информационной безопасности У. уметь организовать и поддерживать связи с деловыми интернет-партнерами У. уметь решать стандартные задачи в области интернет-маркетинга на основе информационной культуры Н. владеть навыками информационно-коммуникационных технологий для решения стандартных задачи в области интернет-маркетинга
ПК-9 способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	З. знать понятийный аппарат и основные категории в области поведение потребителей в интернет-пространстве У. уметь оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и анализировать рыночные риски в области интернет-маркетинга Н. владеть навыками анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса в интернет-среде
ПК-12 умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения	З. знать понятийный аппарат и основные категории в области систем сбора необходимой информации для реализации интернет-проектов У. уметь организовать и поддерживать связи с деловыми интернет-партнерами

внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	У. уметь оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и анализировать рыночные риски в области интернет-маркетинга Н. владеть навыками реализации интернет-проектов, направленных на развитие организации
---	--

### 3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Базовая часть.

Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Маркетинг услуг"

### 4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зач. ед., 216 часов.

Вид учебной работы	Количество часов (очная ФО)	Количество часов (заочная ФО)
Контактная(аудиторная) работа		
Лекции	36	8
Практические (сем, лаб.) занятия	54	12
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	126	196
Всего часов	216	216

### 5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

#### 5.1. Содержание разделов дисциплины

##### Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Введение в интернет-маркетинг и его роль для компании	32	2	2	6		Тест 1
2	Разработка стратегии интернет-маркетинга	32	2	2	8		Тест 2
3	Аналитический этап разработки стратегии интернет-маркетинга	32	2	2	8		Тест 3
4	Поисковый маркетинг – канал органического трафика на сайт	32	2	2	8		Тест 4

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
5	Создание и оптимизация сайта	32	0	2	8		Задание 1
6	Управление проектами в интернет-маркетинге	32	0	2	8		Задание 2
7	Основные принципы работы с аудиторией сайта	32	0	0	8		Задание 3
8	Контекстная реклама для быстрых продаж	32	0	0	8		Задание 4
9	Баннерная реклама	32	0	0	8		Тест 5
10	СРА-сети и партнерские программы	32	0	0	14		Кейс 1
11	E-mail маркетинг	32	0	0	14		Задание 5
12	Social media marketing и таргетированная реклама	32	0	0	14		Задание 6
13	Оптимизация для социальных сетей (Social Media Optimization)	32	0	0	14		Кейс 2
14	Контент-маркетинг	32	0	0	14		Кейс 3
15	Проведение маркетинговых исследований в сети	32	0	0	14		Кейс 4
16	Возможности использования сети в качестве канала продвижения	32	0	0	14		Кейс 5
17	Тренды интернет-маркетинга	32	0	0	14		Кейс 6. Кейс 7. Кейс 8
18	Цифровая аналитика	32	0	0	14		Задание 7
	<b>ИТОГО</b>		8	12	196		

#### Очная форма обучения

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Введение в интернет-маркетинг и его роль для компании	32	2	2	6		01. Основы рекламной кампании в фейсбук и холст
2	Разработка стратегии интернет-маркетинга	32	2	4	8		02. Бизнес-менеджер и пиксель
3	Аналитический этап разработки стратегии интернет-маркетинга	32	2	4	8		03. Лукэлайк
4	Поисковый маркетинг	32	2	4	8		04. Рекламные

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
	– канал органического трафика на сайт						объявления через бизнес-менеджер
5	Создание и оптимизация сайта	32	2	4	8		05. Рекламные объявления в директ, ватсап и лидформа
6	Управление проектами в интернет-маркетинге	32	2	4	8		06. Разработка стратегии лидогенерации
7	Основные принципы работы с аудиторией сайта	32	2	4	8		07. Статья с высокой стоимостью создания
8	Контекстная реклама для быстрых продаж	32	2	4	8		08. Продающее объявление на Авито и Юла
9	Баннерная реклама	32	2	4	8		09. E-mail-маркетинг
10	CPA-сети и партнерские программы	32	2	4	8		10. Продающий аккаунт в инстаграм
11	E-mail маркетинг	32	2	2	6		11. Контекстная реклама для быстрых продаж
12	Social media marketing и таргетированная реклама	32	2	2	6		12. CPA-сети и партнерские программы
13	Оптимизация для социальных сетей (Social Media Optimization)	32	2	2	6		13. Social media marketing и таргетированная реклама
14	Контент-маркетинг	32	2	2	6		14. Оптимизация для социальных сетей (Social Media Optimization)
15	Проведение маркетинговых исследований в сети	32	2	2	6		15. Контент-маркетинг
16	Возможности использования сети в качестве канала продвижения	32	2	2	6		16. Презентации и дудл-видео
17	Тренды интернет-маркетинга	32	2	2	6		17. Онлайн графические редакторы. 18. Создание креативов для Instagram. 19. Парсинг. 20. Гайд.

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
							21. Прямой эфир по шаблону. 22. Чат-бот. 23. Воронка в мессенджерах. 24. Интерактивный прямой эфир. 25. Комиксы-онлайн. 27. Тильдитолог (портфолио)
18	Цифровая аналитика	32	2	2	6		26. Поиск информации (зеркало интернета)
	ИТОГО		36	54	126		

## 5.2. Лекционные занятия, их содержание

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
01	Введение в интернет-маркетинг и его роль для компании	Роль и место интернет-маркетинга в общей маркетинговой политики компании. Стратегия системного интернет-маркетинга и алгоритм ее разработки. Бизнес-цели и задачи компании. Позиционирование компании. Уникальное торговое предложение продуктов/услуг.
02	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.
03	Аналитический этап разработки стратегии интернет-маркетинга	Клиентский путь. Бизнес-модель компании (модель Остервалдера). Маркетинговые стратегии. Целевая аудитория ее сегментация. Метод персонажей. Потребности целевой аудитории и способы их выявления. Конкурентный анализ. Выбор конкурентов. Методы конкурентного анализа. Сервисы для анализа.
04	Поисковый маркетинг – канал органического трафика на сайт	Поисковый маркетинг. Роли поискового маркетинга. Факторы ранжирования поисковых систем. Бан и санкции Яндекса и Google. Поисковый и технический аудиты.
05	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. Разработка SEO сайта. Семантическое ядро сайта. Внутренняя оптимизация.
06	Управление	Этапы разработки проектов в интернете. Особенности выбора



№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
	проектами в интернет-маркетинге	поставщиков. Виды систем управления сайтом. Usability тестирование. Варианты хостинга. Разработка прототипов корпоративного сайта. Создание диаграмм поведения пользователей в сети.
07	Основные принципы работы с аудиторией сайта	Структура российской и международной аудитории Интернета. Основные принципы работы с аудиторией сайта. Классификация потребителей по отношению к интернет-проекту.
08	Контекстная реклама для быстрых продаж	Контекстная реклама. Задачи контекстной рекламы. Основные понятия. Системы контекстной рекламы Яндекс.Директ и Google Adwords. Стратегии показа рекламных объявлений. Правила создания рекламных объявлений.
09	Баннерная реклама	Медийная реклама, основные понятия. Виды рекламных баннеров. Технические требования к баннерам. Развитие медийной рекламы. Технология RTB. Технологии ремаркетинга.
10	CРА-сети и партнерские программы	Основные модели атрибуции заказов. Виды CРА сетей. Основные понятия и правила. Основные виды трафика в CРА сетях. Стратегии управления источниками трафика в CРА-сетях. Управление контекстной рекламой в CРА-сетях.
11	E-mail маркетинг	Типы e-mail рассылок. Основные термины. Схемы e-mail рассылок и сервисы для их ведения. Правильно структура письма для рассылки. Правила повышения конверсионности письма.
12	Social media marketing и таргетированная реклама	Маркетинг в социальных сетях. Основные задачи и преимущества SMM. Рекламные возможности Twitter. Рекламные возможности Vkontakte. Таргетированная реклама. Рекламные возможности Facebook. Таргетированная реклама. SMM: работа с лидерами мнений.
13	Оптимизация для социальных сетей (Social Media Optimization)	PR в Интернете. Методы создания виртуального сообщества интернет-проекта. История возникновения и сущность SMO. Самооптимизация. Закладки (букмаркинг). Правила создания контента – стимуляция внимания, стимуляция общения. Низкобюджетный PR. Коммуникационные, информационные и коммерческие методы создания виртуального сообщества интернет-проекта для решения проблемы удержания посетителей.
14	Контент-маркетинг	Нативная реклама. Типы контента и каналы распространения. Копирайтинг. Простые приемы написания эффективных рекламных текстов.
15	Проведение маркетинговых исследований в сети	Возможности Интернета для проведения исследований. Количественные методы исследований. Онлайн-опрос – новый шаг в технологии социологических и маркетинговых исследований. Качественные методы исследований: фокус-группа в режиме онлайн (тип чата), продленная онлайн-дискуссия, глубинное интервью. Организация самостоятельных исследований: наблюдения за посетителями сервера, системы распознавания посетителей, опросы в режиме прямого доступа, опросы по электронной почте. Маркетинговые исследования товара. Исследование

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
		выпускаемых марок товаров. Измерение отношения потребителей к определенной марке товара. Изучение мнений потребителей о товарах. Определение степени лояльности к определенному товару. Планирование нового товара и изучение реакции на выведение нового товара на рынок. Факторы успеха нового продукта.
16	Возможности использования сети в качестве канала продвижения	Принципы создания бренда в сети «Интернет» (интернет-бренд). Характерные различия между традиционным брендом и интернет-брендом. Факторы, влияющие на формирование бренда. Сегментация интернет-брендов. Значимость бренда в Интернете. Использование Интернета при формировании имиджа предприятия (сайта) и PR. Эффективность использования баннеров для формирования имиджа. Инструменты PR в сети «Интернет»: новости и их рассылка, публикации, дискуссии в сети, мероприятия, средства визуальной идентичности.
17	Тренды интернет-маркетинга	Мобильные сервисы. Ретаргетинг. Real Time Bidding.
18	Цифровая аналитика	Веб-аналитика. Принципы работы. Обзор систем Google Analytics и Яндекс.Метрика. Основные настройки. Сквозная аналитика.

### 5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
1	Особенности маркетинга в интернет. Проводится в форме семинара. Вопросы для обсуждения: 1. Сервисы и ресурсы Интернет. 2. Сущность и инструменты Интернет-маркетинга. 3. Требования к интернет-маркетологу. 4. Развитие Интернет-маркетинга в России. Портрет интернет-аудитории. 5. Специфика функций маркетинга в Интернет.
2	Лидогенерация. Проводится в форме семинара. Вопросы для обсуждения: 1. _Определение лида. 2. _Виды посадочных страниц. 3. _Будущее лидогенерации. Практическое задание: 1. Разработать стратегию лидогенерации 2. Определить критерии квалификации лида 3. Сформировать воронку продаж 4. Выбрать методы лидогенерации.
2	Способы повышения CTR с сайта в заявку. Проводится в форме семинара. Практическое задание: 1. Создать однострельный сайт на php. 2. Создать квиз-сайт marquiz.ru.
3	Путь клиента интернете. Проводится в форме семинара. Вопросы для обсуждения: 1. _Актуальность выбранной ниши. 2. _Боли целевой аудитории. 3. _Отстройка от конкурентов. Практическое задание: 1. Нарисовать в Maind-Map путь клиента.
3	Аватар клиента. Проводится в форме семинара. Практическое задание: 1. Сформировать аватар клиента. 2. Провести веб-анализ конкурентов.

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
4	<p>SEO. Проводится в форме семинара.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Эволюция SEO.</li> <li>2. _Нестандартные способы продвижения сайтов.</li> <li>3. _Умная лента и охваты.</li> <li>4. _Дровей.</li> </ol> <p>Практическое задание: 1. Подобрать в Wordstat Yandex 50 ключей. 2. Сделать 10 узкотематических статей со 100% уникальностью с 1500 – 2000 знаков.</p>
5	<p>Web-сайт. Проводится в форме семинара.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. _Принципы работы поисковых роботов.</li> <li>2. _ТОП-10.</li> <li>3. _Колдунщики.</li> </ol> <p>Практическое задание: 1. Создание одностраничного сайта на Wix.ru - зарегистрироваться на сайте Wix.ru - выбрать шаблон лендинга; - создать контент; - опубликовать сайт.</p>
5	<p>Контентные сайты. Проводится в форме семинара.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. _Принципы создания контентных сайтов.</li> <li>2. _Способы монетизации.</li> <li>3. _Поиск и создание уникальных статей.</li> </ol> <p>Практическое задание: 1. Создать 2-3 узкотематические статьи с большой глубиной прочтения. 2. Создать блог на www.blogger.com, прописать ключевые слова и провести индексацию в поисковых системах.</p>
6	<p>Usability. Проводится в форме семинара.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. _Принципы создания интернет-магазинов.</li> <li>2. _Способы допродаж.</li> <li>3. _Товарные лендинги.</li> </ol> <p>Практическое задание: Описать один отечественный или зарубежный электронный магазин. В описании раскрыть следующие вопросы: - Адрес магазина в Интернет, наименование, в каком городе расположен, ассортимент; - Как устроена витрина магазина – Тематическая организация каталогов товара - Система навигации по сайту - Отбор товаров в пользовательскую корзину. - Оформление заказа. - Оплата заказа.</p>
6	<p>Доски объявлений. Проводится в форме семинара.</p> <p>Практическое задание: 1. Провести в табличном анализ Usability досок бесплатных объявлений. 2. Создать диаграмму поведения посетителя одной из досок бесплатных объявлений.</p>
7	<p>Сбор информации о посетителях сайта. Проводится в форме семинара.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. _Принципы работы со своими клиентами крупных интернет-магазинов.</li> <li>2. _Поведение клиента в интернет-пространстве при покупке товаров и услуг.</li> <li>3. _Правила общения с клиентами в личных сообщениях.</li> </ol> <p>Практическое задание: 1. Создать 5 предустановленных сообщений в директ и WhatsApp. 2. Создать чат-бота и квест-бота.</p>
8	<p>Реклама в Яндекс.Директ. Проводится в форме семинара.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. _Причины отсутствия кликов по рекламе со стороны потенциальных</li> </ol>

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
	<p>клиентов.</p> <p>2. _Эволюция рекламных креативов в поисковых системах.</p> <p>3. _Лайфхаки в контекстной рекламе.</p> <p>Практическое задание: 1. Разработать проект баннеров. 2. Создать объявление в РСЯ</p>
8	<p>Реклама в Google Adwords. Проводится в форме семинара.</p> <p>Практическое задание: 1. Создать объявление на поиске в гугл. 2. Создать объявление в КМС.</p>
9	<p>Баннерная слепота. Проводится в форме семинара.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <p>1. _Причины баннерной слепоты</p> <p>2. _Рекламное анимированное видео.</p> <p>3. _Геймифицированная реклама.</p> <p>Практическое задание: 1. Создать анимированный баннер в сторис в Canva. 2. Создать промо-дудл-видео в Спаркол для размещения в сторис. 3. Создать рекламное видео в Animaker.</p>
10	<p>Партнёрские товарные продажи. Проводится в форме семинара.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <p>1. _Причины партнёрского бизнеса в сети.</p> <p>2. _Эволюция CPA-сетей.</p> <p>3. _Мусорный трафик CPA-сетей.</p> <p>Практическое задание: 1. Зарегистрироваться в товарных партнёрских сетях и выбрать офферы для рекламы. 2. Создать рекламную компанию в 2-ух CPA-сетях.</p>
10	<p>Партнёрские информационные продажи. Проводится в форме семинара.</p> <p>Практическое задание: 1. Зарегистрироваться в информационных партнёрских сетях и выбрать офферы для рекламы. 2. Создать рекламную компанию в РСЯ.</p>
11	<p>Личные письма. Проводится в форме семинара.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <p>1. _Принципы работы почтовых роботов.</p> <p>2. _Спам.</p> <p>3. _Базы для рассылок.</p> <p>4. _Персонализация рассылок.</p> <p>Практическое задание: 1. Зарегистрироваться в системе UniSender 2. Разработать контент для серии писем по продвижению товара или услуги. 3. Организовать рассылку.</p>
12	<p>Социальные сети для бизнеса. Проводится в форме семинара.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <p>1. _Принципы работы роботов социальных сетей.</p> <p>2. _Боты.</p> <p>3. _Рассылки.</p> <p>Практическое задание: 1. Создать рекламу с кнопкой и карусель в Vkontakte. 2. Создать рекламу в ленту и сторис в Instagram.</p>
12	<p>Подписчики в социальных сетях. Проводится в форме семинара.</p> <p>Практическое задание: 1. Создать инвайтинг в Vkontakte. 2. Создать GiveAway в Instagram.</p>
13	<p>PR в социальных сетях. Проводится в форме семинара.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <p>1. _Особенности чёрного и белого PR в Интернете.</p>

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
	<p>2. _ Политический PR в Интернете.</p> <p>3. _ Вирусные посты.</p> <p>Практическое задание: 1. Создать группу в "ВКонтакте" 2. Сформировать контент 3. Обновлять содержание группы, увеличивая число подписчиков 4. Оценить эффективность продвижения группы.</p>
13	<p>Марафоны в социальных сетях. Проводится в форме семинара.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <p>1. _ Запуск.</p> <p>2. _ Дожим.</p> <p>3. _ Линейка инфопродуктов.</p> <p>Практическое задание: 1. Провести бесплатный узкотематический 30 минутный промо-вебинар 2. Провести платный часовой вебинар.</p>
14	<p>Нативная реклама. Проводится в форме семинара.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <p>1. _ А/В тестирование</p> <p>2. _ Планирование публикаций</p> <p>3. _ Определение спроса</p> <p>4. _ Сегментирование интересов</p> <p>5. _ Повышение лояльности к бренду</p> <p>6. _ Публикация смарт-баннеров</p> <p>Практические задания: 1. Создать нативный пост в паблике 2. Проанализировать 5 нативных постов в табличном виде.</p>
15	<p>Онлайн-маркетинговые исследования. Проводится в форме семинара.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <p>1. _ Методы онлайн-исследований.</p> <p>2. _ Прогнозирование спроса на новый продукт.</p> <p>3. _ Бесплатная консультация как способ исследования целевой аудитории.</p> <p>Практические задания: 1. Создать анкету в паблике. 2. Создать анкету в гугл-формах. 3. Проанализировать полученные анкеты.</p>
16	<p>Личный бренд в Instagram. Проводится в форме семинара.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <p>1. _ Блогеры.</p> <p>2. _ Типы контента.</p> <p>3. _ Монетизация личного бренда.</p> <p>Практические задания: 1. Проанализировать профили публичных личностей в Instagram в табличном виде. 2. Сформировать контент-план продвижения себя в Instagram.</p>
17	<p>Ретаргетинг. Проводится в форме семинара.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <p>1. _ Базы потенциальных клиентов и парсинг целевой аудитории.</p> <p>2. _ Ретаргетинговая рекламная компания и её эффективность.</p> <p>3. _ Ошибки ретаргетинговой рекламной компании.</p> <p>Практические задания: 1. Спарсить участников тематических закрытых групп и создать базу ретаргетинга. 2. Создать базу ретаргетинга в Facebook и создать похожую аудиторию от 0-1%.</p>
18	<p>Анализ эффективности интернет-рекламы. Проводится в форме семинара.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <p>1. _ Основные термины и показатели эффективности интернет-рекламы.</p> <p>2. _ Критерии оценки эффективности интернет-рекламы.</p> <p>3. _ Анализ ключевых показателей результативности.</p>

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
	Практические задания: 1. Поставить счётчик Яндекс.Метрика на сайт и проанализировать поведение посетителей. 2. Работа с Учебным руководством Google Analytics IQ на сайте <a href="https://support.google.com">https://support.google.com</a> сформировать отчеты по аудитории, по источникам трафика, отчет "Карта целей", отчеты по электронной коммерции.

## 6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)

### 6.1. Текущий контроль

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
1	1. Введение в интернет-маркетинг и его роль для компании	ОПК-7	З.знать понятийный аппарат и основные категории в области информационно-коммуникационных технологий и основные требования информационной безопасности	01. Основы рекламной кампании в фейсбук и холст	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –2 баллов. Всего:4 баллов. (4)
2	2. Разработка стратегии интернет-маркетинга	ПК-9	З.знать понятийный аппарат и основные категории в области поведения потребителей в интернет-пространстве У.уметь оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и анализировать рыночные риски в области интернет-маркетинга	02. Бизнес-менеджер и пиксель	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –2 баллов. Всего:4 баллов. (4)
3	3. Аналитический этап разработки стратегии	ПК-12	З.знать понятийный аппарат и основные категории в области	03. Лукэлайк	Критерии оценивания: точность

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
	интернет-маркетинга		систем сбора необходимой информации для реализации интернет-проектов У.уметь организовать и поддерживать связи с деловыми интернет-партнерами		определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –2 баллов. Всего:4 баллов. (4)
4	4. Поисковый маркетинг – канал органического трафика на сайт	ПК-12	З.знать понятийный аппарат и основные категории в области систем сбора необходимой информации для реализации интернет-проектов Н.владеть навыками реализации интернет-проектов, направленных на развитие организации	04. Рекламные объявления через бизнес-менеджер	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –2 баллов. Всего:4 баллов. (4)
5	5. Создание и оптимизация сайта	ПК-12	У.уметь организовать и поддерживать связи с деловыми интернет-партнерами	05. Рекламные объявления в директ, ватсап и лидформа	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –2 баллов. Всего:4 баллов. (4)
6	6. Управление проектами в интернет-маркетинге	ПК-12	У.уметь оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и анализировать	06. Разработка стратегии лидогенерации	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			рыночные риски в области интернет-маркетинга Н.владеть навыками реализации интернет-проектов, направленных на развитие организации		вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –2 баллов. Всего:4 баллов. (4)
7	7. Основные принципы работы с аудиторией сайта	ОПК-7	У.уметь решать стандартные задачи в области интернет-маркетинга на основе информационной культуры Н.владеть навыками информационно-коммуникационных технологий для решения стандартных задачи в области интернет-маркетинга	07. Статья с высокой стоимостью создания	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –2 баллов. Всего:4 баллов. (4)
8	8. Контекстная реклама для быстрых продаж	ОПК-7	З.знать понятийный аппарат и основные категории в области информационно-коммуникационных технологий и основные требования информационной безопасности У.уметь организовать и поддерживать связи с деловыми интернет-партнерами	08. Продающее объявление на Авито и Юла	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –2 баллов. Всего:4 баллов. (4)
9	9. Баннерная реклама	ПК-12	З.знать понятийный аппарат и основные категории в области систем сбора необходимой информации для реализации интернет-проектов	09. E-mail-маркетинг	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при



№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
					организации групповой работы –2 баллов. Всего:4 баллов. (4)
10	10. СРА-сети и партнерские программы	ПК-12	Н.владеть навыками реализации интернет-проектов, направленных на развитие организации	10. Продающий аккаунт в инстаграм	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –2 баллов. Всего:4 баллов. (4)
11	11. E-mail маркетинг	ОПК-7	У.уметь решать стандартные задачи в области интернет-маркетинга на основе информационной культуры	11. Контекстная реклама для быстрых продаж	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –2 баллов. Всего:4 баллов. (4)
12	12. Social media marketing и таргетированная реклама	ПК-9	У.уметь оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и анализировать рыночные риски в области интернет-маркетинга	12. СРА-сети и партнерские программы	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –2 баллов. Всего:4

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
					баллов. (4)
13	13. Оптимизация для социальных сетей (Social Media Optimization)	ОПК-7	Н.владеть навыками информационно-коммуникационных технологий для решения стандартных задачи в области интернет-маркетинга	13. Social media marketing и таргетированная реклама	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –2 баллов. Всего:4 баллов. (4)
14	14. Контент-маркетинг	ПК-9	Н.владеть навыками анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса в интернет-среде	14. Оптимизация для социальных сетей (Social Media Optimization)	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –2 баллов. Всего:4 баллов. (4)
15	15. Проведение маркетинговых исследований в сети	ПК-9	Н.владеть навыками анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса в интернет-среде	15. Контент-маркетинг	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –2 баллов. Всего:4 баллов. (4)
16	16. Возможности использования сети в качестве	ПК-12	З.знать понятийный аппарат и основные категории в области	16. Презентации и дудл-видео	Критерии оценивания: точность

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
	канала продвижения		систем сбора необходимой информации для реализации интернет-проектов Н.владеть навыками реализации интернет-проектов, направленных на развитие организации		определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –2 баллов. Всего:4 баллов. (4)
17	17. Тренды интернет-маркетинга	ПК-12	Н.владеть навыками реализации интернет-проектов, направленных на развитие организации	17. Онлайн графические редакторы	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –2 баллов. Всего:4 баллов. (4)
18		ПК-12	Н.владеть навыками реализации интернет-проектов, направленных на развитие организации	18. Создание креативов для Instagram	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –2 баллов. Всего:4 баллов. (4)
19		ПК-12	Н.владеть навыками реализации интернет-проектов, направленных на развитие организации	19. Парсинг	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
					вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –2 баллов. Всего:4 баллов. (4)
20		ПК-12	У.уметь организовать и поддерживать связи с деловыми интернет-партнерами	20. Гайд	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –2 баллов. Всего:4 баллов. (4)
21		ОПК-7	З.знать понятийный аппарат и основные категории в области информационно-коммуникационных технологий и основные требования информационной безопасности	21. Прямой эфир по шаблону	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5)
22		ОПК-7	Н.владеть навыками информационно-коммуникационных технологий для решения стандартных задачи в области интернет-маркетинга	22. Чат-бот	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
					организации групповой работы –3 баллов. Всего: 5 баллов. (5)
23		ОПК-7	Н.владеть навыками информационно-коммуникационных технологий для решения стандартных задачи в области интернет-маркетинга	23. Воронка в мессенджерах	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 1 балла, четкое распределение функций при организации групповой работы –1 балл. Всего: 2 балла. (2)
24		ПК-12	З.знать понятийный аппарат и основные категории в области систем сбора необходимой информации для реализации интернет-проектов	24. Интерактивный прямой эфир	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 1 балла, четкое распределение функций при организации групповой работы –1 балл. Всего: 2 балла. (2)
25		ПК-12	З.знать понятийный аппарат и основные категории в области систем сбора необходимой информации для реализации интернет-проектов	25. Комиксы-онлайн	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 1 балла, четкое распределение функций при организации групповой работы –1 балл. Всего: 2 балла.

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
					(2)
26		ПК-12	Н.владеть навыками реализации интернет-проектов, направленных на развитие организации	27. Тильдитолог (портфолио)	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 1 балла, четкое распределение функций при организации групповой работы –1 балл. Всего: 2 балла. (2)
27	18. Цифровая аналитика	ПК-12	Н.владеть навыками реализации интернет-проектов, направленных на развитие организации	26. Поиск информации (зеркало интернета)	Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 1 балла, четкое распределение функций при организации групповой работы –1 балл. Всего: 2 балла. (2)
				<b>Итого</b>	<b>100</b>

## 6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Зачет в семестре 32.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: Каждый правильный ответ на вопрос теста оценивается в 4 балла.

**Компетенция: ОПК-7 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности**

Знание: знать понятийный аппарат и основные категории в области информационно-коммуникационных технологий и основные требования информационной безопасности

1. «Всемирная паутина» и ее место в «новой экономике»
2. «Интернет экономика»: сущность, факторы, эволюция теории
3. Web-сайт как основа системы коммуникаций в Интернете
4. Методы удержания посетителей web-сайта
5. Модели получения доходов в электронной коммерции B2B
6. Разработка новых товаров в сети Интернет
7. Тенденции развития информационных технологий

Знание: знать понятийный аппарат и основные категории в области систем сбора необходимой информации для реализации интернет-проектов

8. Сетевые технологии для решения задач маркетинга

**Компетенция: ПК-12 умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)**

Знание: знать понятийный аппарат и основные категории в области систем сбора необходимой информации для реализации интернет-проектов

9. Защита информационных потоков
10. Мошенничества в сети Интернет
11. Организация маркетинговых исследований в сети Интернет
12. Основные направления развития методов обработки и хранения данных
13. Понятие и сущность социальной сети

**Компетенция: ПК-9 способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли**

Знание: знать понятийный аппарат и основные категории в области поведение потребителей в интернет-пространстве

14. Базы данных в компьютерных сетях
15. Брендинг в сети Интернет
16. Навигация пользователей в Интернете
17. Розничная торговля в Интернете
18. Роль государства в регулировании Интернета
19. Рынок услуг, оказываемых через Интернет
20. Связи с общественностью в сети Интернет

#### ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: 30 баллов за вопрос (10 баллов - использование профессиональной терминологии, четкость определения рассматриваемых понятий, 10 баллов - анализ опыта компаний в соответствии с поставленной задачей, 10 баллов - описание алгоритма организации групповой работы при выполнении задания, анализ возможных сложностей и формулирование предложений по их устранению..

**Компетенция: ОПК-7 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности**

Умение: уметь решать стандартные задачи в области интернет-маркетинга на основе информационной культуры

Задача № 1. Задание 1.1. Электронные платёжные системы

Задача № 2. Задание 1.2. Генерация идей интернет-бизнеса

**Компетенция: ПК-12 умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)**

Умение: уметь организовать и поддерживать связи с деловыми интернет-партнерами

Задача № 3. Задание 3.1. Подбор семантического ядра

Задача № 4. Задание 3.2. Повышение коэффициента кликабельности сайта

**Компетенция: ПК-9 способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли**

Умение: уметь оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и анализировать рыночные риски в области интернет-маркетинга

Задача № 5. Задание 2.1. Роль поисковых систем в продвижении сайта

Задача № 6. Задание 2.2. Методы сбора первичной информации в интернете

#### ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: 30 баллов за выполнение задания (использование профессиональной терминологии – 10 баллов, четкость определения проблемы – 10 баллов, выбор адекватных средств воздействия - 10 баллов).

**Компетенция: ОПК-7 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности**

Навык: владеть навыками информационно-коммуникационных технологий для решения стандартных задачи в области интернет-маркетинга

Задание № 1. Кейс 1.1. Как это работает

Задание № 2. Кейс 1.2. Профессия интернет-маркетолог

**Компетенция: ПК-12 умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)**

Навык: владеть навыками реализации интернет-проектов, направленных на развитие организации

Задание № 3. Кейс 3.1. Арбитраж трафика

Задание № 4. Кейс 3.2. E-mail рассылка

**Компетенция: ПК-9 способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли**



Навык: владеть навыками анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса в интернет-среде  
Задание № 5. Кейс 2.1. Реклама в Яндекс-Директ  
Задание № 6. Кейс 2.2. Секреты продвижения интернет-магазина

### ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования <b>«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»</b> (ФГБОУ ВО «БГУ»)	Направление - 38.03.02 Менеджмент Профиль - Управление бизнесом Кафедра менеджмента и сервиса Дисциплина - Интернет-маркетинг
--	--

### БИЛЕТ № 1

1. Тест (40 баллов).
2. Задание 1.2. Генерация идей интернет-бизнеса (30 баллов).
3. Кейс 2.1. Реклама в Яндекс-Директ (30 баллов).

Составитель \_\_\_\_\_ К.А. Татаринов

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ Е.А. Шагина

#### 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

##### а) основная литература:

1. Холмогоров В. Интернет-маркетинг. краткий курс. 2-е изд./ В. Холмогоров.- СПб.: Питер, 2002.-271 с.
2. Черепанов К. А., Вихорева М. В. Интернет-маркетинг как инструмент привлечения инвестиций. Электронный ресурс. направление Государственное и муниципальное управление. 38.04.04. магистерская диссертация/ К. А. Черепанов.- Иркутск, 2016.-86 с.
3. [Акулич, М. В. Интернет-маркетинг \[Электронный ресурс\] : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 352 с. — 978-5-394-02474-0. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/60599.html](http://www.iprbookshop.ru/60599.html)

##### б) дополнительная литература:

1. Ветитнев А. М. Александр Михайлович, Ашкинадзе Я. А. Яков Александрович Интернет-маркетинг санаторно-курортных услуг. учеб. пособие. рек. Сочинским гос. ун-том туризма и курортного дела/ А. М. Ветитнев, Я. А. Ашкинадзе.- М.: Финансы и статистика, 2007.-160 с.
2. Бриллиантова А. Алёна Стань интернет-миллионером!// Алёна Бриллиантова.- М.: NT Press, 2007.-286 с.
3. Осин А. В. Учебно-методический комплекс по дисциплине "Интернет-маркетинг". программа и методические указания по изучению курса. (очное обучение, обучение в сокращенные сроки). специальность 080111 Маркетинг/ сост. А. В. Осин.- Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2009.-20 с.
4. Вебер Л., Weber K. L., Лалаян Е. Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети. блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети. Marketing to the Social

Web. How Digital Customer Communities Build Your Business. 2-е изд./ Ларри Вебер.- М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011.-310 с.

5. [Стефанова И.А. Обработка данных и моделирование в математических пакетах \[Электронный ресурс\] : учебно-методическое пособие по дисциплине «Информатика» / И.А. Стефанова. — Электрон. текстовые данные. — Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2016. — 44 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/73834.html>](http://www.iprbookshop.ru/73834.html)

#### **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы**

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

– Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: <http://bgu.ru/>, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет

– Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников", адрес доступа: <http://www.grebennikov.ru/>. доступ с компьютеров сети БГУ (по IP-адресам)

– Электронно-библиотечная система IPRbooks, адрес доступа: <https://www.iprbookshop.ru>. доступ неограниченный

#### **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании. Для успешного освоения курса обучающиеся должны иметь первоначальные знания в области маркетинга.

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данной дисциплине, раскрывает ее практическое значение. В ходе лекций студенту необходимо вести конспект, фиксируя основные понятия и проблемные вопросы.

Семинарские занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на семинарское занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- прием и разбор домашних заданий;

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);

- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;

- подготовка к семинарам работам;

- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплин и др.

**10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения**

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

- Adobe Acrobat Reader\_11,
- MS Office,

**11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):**

В учебном процессе используется следующее оборудование:

- Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
- Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения