

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.У.8. Интернет-маркетинг

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очная

| | |
|--|-----|
| Курс | 2 |
| Семестр | 22 |
| Лекции (час) | 36 |
| Практические (сем, лаб.) занятия (час) | 54 |
| Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час) | 162 |
| Курсовая работа (час) | |
| Всего часов | 252 |
| Зачет (семестр) | 22 |
| Экзамен (семестр) | |

Иркутск 2020

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 42.03.01
Реклама и связи с общественностью.

Автор К.А. Татаринов

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры
менеджмента, маркетинга и сервиса

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2021

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 |
|----------------------------|--|
| ПК-2 | Способность проводить исследования поведения конкурентов, пользователей, спроса в информационно-коммуникационной сети «Интернет» |

| | |
|----------------------------|---|
| Код компетенции по ФГОС ВО | Компетенция |
| ПК-3 | Разработка стратегии продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» |

Структура компетенции

| Компетенция | Формируемые ЗУНы |
|---|---|
| ПК-2 Способность проводить исследования поведения конкурентов, пользователей, спроса в информационно-коммуникационной сети «Интернет» | З. Знать технологии и способы исследования поведения конкурентов, пользователей, спроса в информационно-коммуникационной сети «Интернет» У. Уметь проводить исследования поведения конкурентов, пользователей и анализировать спрос в информационно-коммуникационной сети «Интернет» Н. Владеть навыками использования информационно-коммуникационных технологий для решения стандартных задач в информационно-коммуникационной сети «Интернет» |
| ПК-3 Разработка стратегии продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» | З. Знать основные стратегии продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» У. Уметь разрабатывать стратегии продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» Н. Владеть навыками реализации стратегий продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» |

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Поведение потребителей", "Связи с общественностью в коммерческой сфере"

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 7 зач. ед., 252 часов.

| Вид учебной работы | Количество часов |
|--|------------------|
| Контактная(аудиторная) работа | |
| Лекции | 36 |
| Практические (сем, лаб.) занятия | 54 |
| Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам | 162 |
| Всего часов | 252 |

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

| № 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 | 22 | 2 | 2 | 9 | | 01. Основы рекламной кампании в фейсбук и холст |
| 2 | Разработка стратегии интернет-маркетинга | 22 | 2 | 4 | 9 | | 02. Бизнес-менеджер и пиксель |
| 3 | Аналитический этап разработки стратегии интернет-маркетинга | 22 | 2 | 4 | 9 | | 03. Лукэлайк |
| 4 | Поисковый маркетинг – канал органического трафика на сайт | 22 | 2 | 4 | 9 | | 04. Рекламные объявления через бизнес-менеджер |
| 5 | Создание и оптимизация сайта | 22 | 2 | 4 | 9 | | 05. Рекламные объявления в директ, ватсап и лидформа |
| 6 | Управление проектами в интернет-маркетинге | 22 | 2 | 4 | 9 | | 06. Разработка стратегии лидогенерации |
| 7 | Основные принципы работы с аудиторией сайта | 22 | 2 | 4 | 9 | | 07. Статья с высокой стоимостью создания |
| 8 | Контекстная реклама для быстрых продаж | 22 | 2 | 4 | 9 | | 08. Продающее объявление на Авито и Юла |
| 9 | Баннерная реклама | 22 | 2 | 4 | 9 | | 09. E-mail-маркетинг |
| 10 | CPA-сети и партнерские программы | 22 | 2 | 4 | 9 | | 10. Продающий аккаунт в инстаграм |
| 11 | E-mail маркетинг | 22 | 2 | 2 | 9 | | 11. Контекстная реклама для быстрых продаж |
| 12 | Social media marketing и таргетированная реклама | 22 | 2 | 2 | 9 | | 12. CPA-сети и партнерские программы |
| 13 | Оптимизация для социальных сетей (Social Media Optimization) | 22 | 2 | 2 | 9 | | 13. Social media marketing и таргетированная реклама |
| 14 | Контент-маркетинг | 22 | 2 | 2 | 9 | | 14. Оптимизация для социальных сетей (Social Media Optimization) |
| 15 | Проведение маркетинговых исследований в сети | 22 | 2 | 2 | 9 | | 15. Контент-маркетинг |

| № п/п | Раздел и тема дисциплины | Семестр | Лекции | Семинар Лаборат. Практич. | Самостоят. раб. | В интерактивной форме | Формы текущего контроля успеваемости |
|-------|--|---------|--------|---------------------------------|--------------------|--------------------------|--|
| 16 | Возможности использования сети в качестве канала продвижения | 22 | 2 | 2 | 9 | | 16. Презентации и дудл-видео |
| 17 | Тренды интернет-маркетинга | 22 | 2 | 2 | 9 | | 17. Онлайн графические редакторы. 18. Создание креативов для Instagram. 19. Парсинг. 20. Гайд. 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 | 22 | 2 | 2 | 9 | | 26. Поиск информации (зеркало интернета) |
| | ИТОГО | | 36 | 54 | 162 | | |

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 возвращивания 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. |

| № п/п | Наименование разделов и тем | Содержание |
|-------|--|--|
| 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 проектами в интернет-маркетинге | Этапы разработки проектов в интернете. Особенности выбора 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 |

| № п/п | Наименование разделов и тем | Содержание |
|-------|--|--|
| | | 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 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. |

| № раздела и темы | Содержание и формы проведения |
|------------------|--|
| | Практическое задание: 1. Создать одностраничный 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 Mind-Map путь клиента. |
| 3 | Аватар клиента. Проводится в форме семинара. Практическое задание: 1. Сформировать аватар клиента. 2. Провести веб-анализ конкурентов. |
| 4 | SEO. Проводится в форме семинара. Вопросы для обсуждения: 1. _ Эволюция SEO. 2. _ Нестандартные способы продвижения сайтов. 3. _ Умная лента и охваты. 4. _ Дровей. Практическое задание: 1. Подобрать в Wordstat Yandex 50 ключей. 2. Сделать 10 узкотематических статей со 100% уникальностью с 1500 – 2000 знаков. |
| 5 | Web-сайт. Проводится в форме семинара. Вопросы для обсуждения: 1. _ Принципы работы поисковых роботов. 2. _ ТОП-10. 3. _ Колдунщики. Практическое задание: 1. Создание одностраничного сайта на Wix.ru - зарегистрироваться на сайте Wix.ru - выбрать шаблон лендинга; - создать контент; - опубликовать сайт. |
| 5 | Контентные сайты. Проводится в форме семинара. Вопросы для обсуждения: 1. _ Принципы создания контентных сайтов. 2. _ Способы монетизации. 3. _ Поиск и создание уникальных статей. 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. |
| 6 | Usability. Проводится в форме семинара. Вопросы для обсуждения: 1. _ Принципы создания интернет-магазинов. 2. _ Способы допродаж. 3. _ Товарные лендинги. 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. |
| 6 | Доски объявлений. Проводится в форме семинара. Практическое задание: 1. Провести в табличном анализ Usability досок бесплатных объявлений. 2. Создать диаграмму поведения посетителя одной |

| № раздела и темы | Содержание и формы проведения |
|------------------|---|
| | из досок бесплатных объявлений. |
| 7 | Сбор информации о посетителях сайта. Проводится в форме семинара. Вопросы для обсуждения: 1. _ Принципы работы со своими клиентами крупных интернет-магазинов. 2. _ Поведение клиента в интернет-пространстве при покупке товаров и услуг. 3. _ Правила общения с клиентами в личных сообщениях. Практическое задание: 1. Создать 5 предустановленных сообщений в директ и WhatsApp. 2. Создать чат-бота и квест-бота. |
| 8 | Реклама в Яндекс.Директ. Проводится в форме семинара. Вопросы для обсуждения: 1. _ Причины отсутствия кликов по рекламе со стороны потенциальных клиентов. 2. _ Эволюция рекламных креативов в поисковых системах. 3. _ Лайфхаки в контекстной рекламе. Практическое задание: 1. Разработать проект баннеров. 2. Создать объявление в РСЯ |
| 8 | Реклама в Google Adwords. Проводится в форме семинара. Практическое задание: 1. Создать объявление на поиске в гугл. 2. Создать объявление в КМС. |
| 9 | Баннерная слепота. Проводится в форме семинара. Вопросы для обсуждения: 1. _ Причины баннерной слепоты 2. _ Рекламное анимированное видео. 3. _ Геймифицированная реклама. 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. |
| 10 | Партнёрские товарные продажи. Проводится в форме семинара. Вопросы для обсуждения: 1. _ Причины партнёрского бизнеса в сети. 2. _ Эволюция CPA-сетей. 3. _ Мусорный трафик CPA-сетей. Практическое задание: 1. Зарегистрироваться в товарных партнёрских сетях и выбрать офферы для рекламы. 2. Создать рекламную компанию в 2-ух CPA-сетях. |
| 10 | Партнёрские информационные продажи. Проводится в форме семинара. Практическое задание: 1. Зарегистрироваться в информационных партнёрских сетях и выбрать офферы для рекламы. 2. Создать рекламную компанию в РСЯ. |
| 11 | Личные письма. Проводится в форме семинара. Вопросы для обсуждения: 1. _ Принципы работы почтовых роботов. 2. _ Спам. 3. _ Базы для рассылок. 4. _ Персонализация рассылок. Практическое задание: 1. Зарегистрироваться в системе UniSender 2. Разработать контент для серии писем по продвижению товара или услуги. 3. Организовать рассылку. |
| 12 | Социальные сети для бизнеса. Проводится в форме семинара. Вопросы для обсуждения: |

| № раздела и темы | Содержание и формы проведения |
|------------------|--|
| | <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.</p> <p>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> <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 профайлы 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> |

| № раздела и темы | Содержание и формы проведения |
|------------------|--|
| | 1. _ Базы потенциальных клиентов и парсинг целевой аудитории. 2. _ Ретаргетинговая рекламная компания и её эффективность. 3. _ Ошибки ретаргетинговой рекламной компании. 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%. |
| 18 | Анализ эффективности интернет-рекламы. Проводится в форме семинара. Вопросы для обсуждения: 1. _ Основные термины и показатели эффективности интернет-рекламы. 2. _ Критерии оценки эффективности интернет-рекламы. 3. _ Анализ ключевых показателей результативности. Практические задания: 1. Поставить счётчик Яндекс.Метрика на сайт и проанализировать поведение посетителей. 2. Работа с Учебным руководством Google Analytics IQ на сайте https://support.google.com 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 | ПК-2 | З.Знать технологии и способы исследования поведения конкурентов, пользователей, спроса в информационно-коммуникационной сети «Интернет» | 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-2 | У.Уметь проводить исследования поведения конкурентов, пользователей и анализировать спрос в информационно- | 02. Бизнес-менеджер и пиксель | 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) |
|----------|---|---|--|--|---|
| | | | коммуникационной сети «Интернет» | | вопросы) – до 2 баллов, четкое распределение функций при организации групповой работы –2 баллов. Всего:4 баллов. (4) |
| 3 | 3. Аналитический этап разработки стратегии интернет-маркетинга | ПК-2 | Н. Владеть навыками использования информационно-коммуникационных технологий для решения стандартных задач в информационно-коммуникационной сети «Интернет» | 03. Лукэлайк | 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) |
| 4 | 4. Поисковый маркетинг – канал органического трафика на сайт | ПК-3 | З. Знать основные стратегии продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» | 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-3 | У. Уметь разрабатывать стратегии продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» | 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 |

| № 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) |
| 6 | 6. Управление проектами в интернет-маркетинге | ПК-2 | З.Знать технологии и способы исследования поведения конкурентов, пользователей, спроса в информационно-коммуникационной сети «Интернет» | 06. Разработка стратегии лидогенерации | 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) |
| 7 | 7. Основные принципы работы с аудиторией сайта | ПК-3 | З.Знать основные стратегии продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» | 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 | ПК-3 | З.Знать основные стратегии продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» | 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 |

| № 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) |
| 9 | 9. Баннерная реклама | ПК-2 | У.Уметь проводить исследования поведения конкурентов, пользователей и анализировать спрос в информационно-коммуникационной сети «Интернет» | 09. E-mail-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) |
| 10 | 10. CPA-сети и партнерские программы | ПК-3 | Н.Владеть навыками реализации стратегий продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» | 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 | ПК-2 | У.Уметь проводить исследования поведения конкурентов, пользователей и анализировать спрос в информационно-коммуникационной сети «Интернет» | 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 | ПК-2 | У.Уметь проводить исследования поведения | 12. CPA-сети и партнерские программы | 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) |
|-------|---|---|---|--|---|
| | реклама | | конкурентов, пользователей и анализировать спрос в информационно-коммуникационной сети «Интернет» | | 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) |
| 13 | 13. Оптимизация для социальных сетей (Social Media Optimization) | ПК-2 | У. Уметь проводить исследования поведения конкурентов, пользователей и анализировать спрос в информационно-коммуникационной сети «Интернет» Н. Владеть навыками использования информационно-коммуникационных технологий для решения стандартных задач в информационно-коммуникационной сети «Интернет» | 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-3 | Н. Владеть навыками реализации стратегий продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» | 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-3 | З. Знать основные стратегии продвижения в информационно- | 15. Контент-маркетинг | Критерии оценивания: точность определения и |

| № 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) |
|----------|---|---|---|--|---|
| | | | коммуникационной сети «Интернет» | | 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 канала продвижения | ПК-3 | Н. Владеть навыками реализации стратегий продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» | 16. Презентации и дудл-видео | 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) |
| 17 | 17. Тренды интернет-маркетинга | ПК-3 | Н. Владеть навыками реализации стратегий продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» | 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-3 | Н. Владеть навыками реализации стратегий продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» | 18. Создание креативов для Instagram | Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 2 |

| № 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, четкое распределение функций при организации групповой работы –2 баллов. Всего:4 баллов. (4) |
| 19 | | ПК-2 | З.Знать технологии и способы исследования поведения конкурентов, пользователей, спроса в информационно-коммуникационной сети «Интернет» У.Уметь проводить исследования поведения конкурентов, пользователей и анализировать спрос в информационно-коммуникационной сети «Интернет» Н.Владеть навыками использования информационно-коммуникационных технологий для решения стандартных задач в информационно-коммуникационной сети «Интернет» | 19. Парсинг | 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) |
| 20 | | ПК-3 | Н.Владеть навыками реализации стратегий продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» | 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 | | ПК-3 | З.Знать основные | 21. Прямой эфир по | Критерии |

| № 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) |
|----------|---|---|---|--|---|
| | | | стратегии продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» | шаблону | 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 | | ПК-2 | З.Знать технологии и способы исследования поведения конкурентов, пользователей, спроса в информационно-коммуникационной сети «Интернет» | 22. Чат-бот | 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) |
| 23 | | ПК-3 | У.Уметь разрабатывать стратегии продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» | 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-3 | Н.Владеть навыками реализации стратегий продвижения в информационно-коммуникационной | 24. Интерактивный прямой эфир | Критерии оценивания: точность определения и аргументированность |

| № 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) |
|-------|---|---|---|--|--|
| | | | сети «Интернет» | | ость (в том числе ответы на вопросы) – до 1 балла, четкое распределение функций при организации групповой работы –1 балл. Всего: 2 балла. (2) |
| 25 | | ПК-3 | У. Уметь разрабатывать стратегии продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» | 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. (2) |
| 26 | | ПК-2 | У. Уметь проводить исследования поведения конкурентов, пользователей и анализировать спрос в информационно-коммуникационной сети «Интернет» | 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-2 | З. Знать технологии и способы исследования поведения конкурентов, пользователей, спроса в информационно-коммуникационной сети «Интернет» | 26. Поиск информации (зеркало интернета) | Критерии оценивания: точность определения и аргументированность (в том числе ответы на вопросы) – до 1 балла, четкое |

| № 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) |
|-------|---|---|---|--|---|
| | | | | | распределение функций при организации групповой работы –1 балл. Всего: 2 балла. (2) |
| | | | | Итого | 100 |

6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Зачет в семестре 22.

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: ПК-2 Способность проводить исследования поведения конкурентов, пользователей, спроса в информационно-коммуникационной сети «Интернет»

Знание: Знать технологии и способы исследования поведения конкурентов, пользователей, спроса в информационно-коммуникационной сети «Интернет»

1. «Интернет экономика»: сущность, факторы, эволюция теории
2. Защита информационных потоков
3. Методы удержания посетителей web-сайта
4. Модели получения доходов в электронной коммерции B2B
5. Мошенничества в сети Интернет
6. Организация маркетинговых исследований в сети Интернет
7. Основные направления развития методов обработки и хранения данных
8. Понятие и сущность социальной сети
9. Сетевые технологии для решения задач маркетинга
10. Тенденции развития информационных технологий

Компетенция: ПК-3 Разработка стратегии продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет»

Знание: Знать основные стратегии продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет»

11. «Всемирная паутина» и ее место в «новой экономике»
12. Web-сайт как основа системы коммуникаций в Интернете
13. Базы данных в компьютерных сетях
14. Брендинг в сети Интернет
15. Навигация пользователей в Интернете
16. Разработка новых товаров в сети Интернет
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: ПК-2 Способность проводить исследования поведения конкурентов, пользователей, спроса в информационно-коммуникационной сети «Интернет»

Умение: Уметь проводить исследования поведения конкурентов, пользователей и анализировать спрос в информационно-коммуникационной сети «Интернет»

Задача № 1. Задание 1.1. Электронные платёжные системы

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

Задача № 3. Задание 2.1. Роль поисковых систем в продвижении сайта

Компетенция: ПК-3 Разработка стратегии продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет»

Умение: Уметь разрабатывать стратегии продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет»

Задача № 4. Задание 2.2. Методы сбора первичной информации в интернете

Задача № 5. Задание 3.1. Подбор семантического ядра

Задача № 6. Задание 3.2. Повышение коэффициента кликабельности сайта

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: ПК-2 Способность проводить исследования поведения конкурентов, пользователей, спроса в информационно-коммуникационной сети «Интернет»

Навык: Владеть навыками использования информационно-коммуникационных технологий для решения стандартных задач в информационно-коммуникационной сети «Интернет»

Задание № 1. Кейс 1.1. Как это работает

Задание № 2. Кейс 1.2. Профессия интернет-маркетолог

Задание № 3. Кейс 2.1. Реклама в Яндекс-Директ

Компетенция: ПК-3 Разработка стратегии продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет»

Навык: Владеть навыками реализации стратегий продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет»

Задание № 4. Кейс 2.2. Секреты продвижения интернет-магазина

Задание № 5. Кейс 3.1. Арбитраж трафика

Задание № 6. Кейс 3.2. E-mail рассылка

ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования
**«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «БГУ»)**

общественностью
Профиль - Реклама и связи с
общественностью
Кафедра менеджмента, маркетинга 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 _____

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>](#)

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>](#)

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