

**Аннотация по дисциплине**  
**Б1.В.ДВ.14.02 ПРОДВИЖЕНИЕ В ИНТЕРНЕТ**

для образовательных программ подготовки бакалавров  
направления 38.03.06 «Торговое дело», ЗФО  
Курс 4. Семестр 8 Количество з.е. – 2 (72 ч.)  
Формы промежуточного контроля – зачет

**Целью данного курса** является формирование базового набора знаний, умений и навыков бакалавров в области формирования системы интернет-маркетинга в современной сетевой экономике для продвижения положительного образа отдельных продуктов и фирмы в целом в сети Интернет, достаточный для последующей самостоятельной работы и реализации собственных коммерческих проектов в сети Интернет и работы с социальными сетями.

**Задачи учебной дисциплины «Продвижение в Интернет»:**

сформировать базовые знания у обучающихся о современных тенденциях развития интернет-бизнеса в национальной, региональной, международной, внешнеэкономической электронной коммерции, о сущности и особенностях интернет-маркетинга и интернет-продвижения как средства расширения границ традиционных рынков фирмы;

раскрыть основные объективные комплексные предпосылки формирования и развития интернет-маркетинга и интернет-экономики, показать возможные эффекты продвижения в интернет;

определить функции, место и роль объектов и субъектов интернет-бизнеса; ознакомить с основным понятийным аппаратом, терминологией в области интернет-маркетинга и интернет-продвижения в современной электронной среде;

пояснить актуальность, необходимость и возможности развития и использования технологий, методов, инструментария интернет-маркетинга для клиенториентированной фирмы;

охарактеризовать логику и этапы организации интернет-маркетинга и интернет-продвижения в системе функционирования предприятия;

изучить принципиальные подходы и технологии проектирования, создания и продвижения собственных сайтов компании, возможности их размещения и обновления;

изучить принципиальные подходы и технологии размещения информации о фирме и ее продуктах в поисковых системах, на партнерских сайтах, в социальных сетях;

раскрыть методические подходы к оценке маркетинговой и финансовой эффективности интернет-продвижения товаров и услуг в торговой и сбытовой деятельности предприятия на электронном рынке;

развить потребность в изучении и освоении новых, современных методов и технологий организации, планирования и управления процессами интернет-маркетинга.

## Место дисциплины в структуре ООП ВО

Учебная дисциплина «Продвижение в Интернет» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана по направлению 38.03.06 «Торговое дело» (уровень бакалавриата).

Изучение данной дисциплины предполагает дальнейшее углубление и специализацию знаний по формированию стратегии рыночного развития предприятия в условиях развития современных телекоммуникационных технологий и виртуализации потребительских рынков. Дисциплина опирается на материалы дисциплин магистерской программы, изучаемых на предыдущих этапах, таких, как «Компьютерные технологии обработки и анализа маркетинговой информации», «Стратегический маркетинг», «Интегрированные маркетинговые коммуникации» и другие. Дальнейшее развитие и использование полученных знаний возможно на этапе написания выпускных квалификационных работ, исследующих развитие интернет-маркетинга и продвижение образа фирмы в интернет-сетях, в т.ч. социальных.

### Результаты обучения

(знания, умения, опыт, компетенции):

Код компетенции	Содержание компетенции
<b>ПК-11</b>	<b>способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)</b>
Знать	Основные тенденции и инновационные направления развития современных коммуникационных технологий коммерческой и маркетинговой деятельности в сети Интернет и в мобильном маркетинге Состав и структуру внешней и внутренней телекоммуникационной среды бизнес-деятельности организации и понимать механизмы адаптации возможностей фирмы к требованиям виртуального рынка
Уметь	Выявлять основные возможности и направления развития методов, средств и технологий интернет-маркетинга и интернет-продвижения для развития рыночной деятельности предприятия Применять стандартные процедуры разработки, обоснования и реализации решений по продвижению образа предприятия в сети Интернет и в мобильном маркетинге
Владеть	Основными методами выявления и анализа целевых аудиторий в виртуальной среде и оценки эффективности маркетинговых программ в сети Интернет
<b>ПК-12</b>	<b>способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий</b>
Знать	Основные направления и технологии информационного взаимодействия предприятия с целевыми потребителями в виртуальной среде Интернет, в т.ч. в социальных сетях и виртуальных сообществах Логическую и этапы разработки и реализации коммерческих проектов в сфере интернет-продвижения и интернет-позиционирования

Уметь	Проектировать маркетинговые интернет-мероприятия по развитию деятельности предприятия в виртуальной среде и оценивать эффективность их реализации
Владеть	Базовым опытом разработки дизайн-проекта сайта предприятия и анализа его привлекательности для целевых потребителей

### Содержание и структура дисциплины

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Роль электронной коммерции и интернет-маркетинга в современной экономике	10			2	8
2.	Содержание и структура интернет-маркетинга и интернет-продвижения.	10			2	8
3.	Цели, задачи и функции интернет-продвижения. Создание и поддержание работы интернет-сайта компании	10			2	8
4.	Интернет-реклама. Баннерная реклама. Поисковая реклама. Поисковая оптимизация. Размещение ссылок. Профайлинг и персонализация.	10			2	8
5.	Продвижение посредством почтовых рассылок. E-mail маркетинг	11,8			2	9,8
6.	Оценка результативности продвижения в Интернете. Оценка и анализ основных показателей эффективности	10			1	9
7.	Партнёрские программы. Веб-кольца. Комьюнит. Мобильный маркетинг.	10			1	9
	ИТОГО:	71,8			12	59,8

**Вид аттестации:** зачет

### Основная учебная литература

1. Гуриков С. Р. Интернет-технологии [Электронный ресурс]: учебное пособие. - М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2017. - 184 с. - <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=908584>.
2. Интернет-маркетинг: учебник/ О. Н. Жильцова [и др.]; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 301 с. — ISBN 978-5-534-04238-2. — Режим доступа: [www.biblio-online.ru/book/EA68BCAC-C4CC-4B50-8A4E-B4CDF1858FB0](http://www.biblio-online.ru/book/EA68BCAC-C4CC-4B50-8A4E-B4CDF1858FB0) .

**Автор:** Костецкий В.А., канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и торгового дела