

Аннотации к рабочим программам дисциплин

Аннотация к рабочей программы дисциплины Б1.В.11 Технологии и инструменты интернет-маркетинга

Объем трудоемкости: 3 зачетных единицы

Цель освоения дисциплины

Заключается в формировании у магистрантов современных компетенций в области использования информационных технологий в маркетинговой деятельности посредством сети интернет

Задачи дисциплины.

Основными задачами дисциплины является формирование у магистрантов:

1. комплекса современных методов сбора, обработки, обобщения и анализа маркетинговой информации в сети Интернет;
2. способности применять компьютерные методы, методы прогнозирования экономических процессов для принятия обоснованных маркетинговых решений;
3. навыка анализа маркетинговой информации в сети интернет на основе конкретных примеров компаний, работающих в виртуальной среде;
4. навыками представления найденной в онлайн пространстве информации в виде научного отчета, статьи или доклада
5. навыка поиска и работы с информацией с сети интернет

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Технологии и инструменты интернет-маркетинга» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Основными предшествующими дисциплинами, на знаниях которых основывается курс являются: «Теория и методология современного маркетинга» и «Практикум по проведению маркетинговых исследований», в свою очередь, данная дисциплина является предшествующей и необходимой для освоения для дисциплин: «Маркетинг в социальных медиа» и «Практикум по организации BTL и event – мероприятий».

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие)</i>)
ПК-3 Способен осуществлять стратегическое планирование интернет проектов	
ИПК-3.1 Использует формы и методы проведения деловых переговоров в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Знает: Основы применения интернет-технологий для целей маркетинга; Подходы к оценке эффективности коммуникационных усилий в сети "Интернет"
	Умеет: Планировать проведение маркетинговых мероприятий с помощью инструментов интернет-маркетинга; Собирать, анализировать и обрабатывать поступающую маркетинговую информацию в сети "Интернет"
	Трудовое действие: Использует интернет технологии для продвижения компании в сети "Интернет"; Проводит оценку эффективности маркетинговых интернет-кампаний

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие)</i>)
ИПК-3.2 Оценивает эффективность продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ИПК-3.2 Оценивает эффективность продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Знает: Основы применения интернет-технологий для целей маркетинга; Подходы к оценке эффективности коммуникационных усилий в сети "Интернет" Умеет: Планировать проведение маркетинговых мероприятий с помощью инструментов интернет-маркетинга; Собирать, анализировать и обрабатывать поступающую маркетинговую информацию в сети "Интернет" Трудовое действие: Использует интернет технологии для продвижения компании в сети "Интернет"; Проводит оценку эффективности маркетинговых интернет-кампаний
ИПК-3.3. Разрабатывает стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Знает: Основы применения интернет-технологий для целей маркетинга; Основы разработки и управления веб сайтом; Умеет: Планировать проведение маркетинговых мероприятий с помощью инструментов интернет-маркетинга; Организовывать работы по разработке веб-сайта Трудовое действие: Использует интернет технологии для продвижения компании в сети "Интернет"; Создавать и продвигать веб сайты компаний
ИПК- 3.4 Формирует и обосновывает бюджет продвижения проекта информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Знает: Основы применения интернет-технологий для целей маркетинга; Основы SEO- оптимизации Умеет: Планировать проведение маркетинговых мероприятий с помощью инструментов интернет-маркетинга; Подготавливать веб-сайт для проведения SEO-оптимизации Трудовое действие: Использует интернет технологии для продвижения компании в сети "Интернет"; Проводить первичную SEO-оптимизацию сайтов
ИПК- 3.5 Демонстрирует способность использовать инструменты контроля стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Знает: Основы применения интернет-технологий для целей маркетинга; Подходы к оценке эффективности коммуникационных усилий в сети "Интернет" Умеет: Планировать проведение маркетинговых мероприятий с помощью инструментов интернет-маркетинга; Собирать, анализировать и обрабатывать поступающую маркетинговую информацию в сети "Интернет" Трудовое действие: Использует интернет технологии для продвижения компании в сети "Интернет"; Проводит оценку эффективности маркетинговых интернет-кампаний
ПК-4 Способен осуществлять управление персоналом	
ИПК-4.3 Демонстрирует способность использовать методы и инструменты управления специалистами по интернет-маркетингу и контроля их работы	Знает: Основы применения интернет-технологий для целей маркетинга; Инструменты применения интернет технологий для внутреннего маркетинга Умеет: Планировать проведение маркетинговых мероприятий с помощью инструментов интернет-маркетинга; Собирать, анализировать и обрабатывать поступающую маркетинговую информацию в сети "Интернет" Трудовой действие: Использует интернет технологии для продвижения компании в сети "Интернет"; Использует интернет технологии для внутреннего менеджмента

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Виды работ		Форма обучения
		очная
		2 семестр (часы)
Контактная работа, в том числе:		30,3
Аудиторные занятия (всего):		30
занятия лекционного типа		6
практические занятия		24
Иная контактная работа:		
Контроль самостоятельной работы (КСР)		-
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3
Самостоятельная работа, в том числе:		51
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка практическим занятиям.)		10
Подготовка индивидуального задания (маркетингового исследования)		41
Контроль:		26,7
Подготовка к экзамену		26,7
Общая трудоемкость	час.	108
	в том числе контактная работа	30,3
	зач. ед	3

Курсовые работы: *не предусмотрена.***Форма проведения аттестации по дисциплине:** *экзамен*

Авторы:

В.О. Покуль, доцент кафедры мировой экономики и менеджмента, канд. экон. наук, доцент.