

Аннотация дисциплины «Интернет-маркетинг»

1. Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины.

Основными целями освоения дисциплины «Интернет-маркетинг» являются: формирование основ применения методов и приёмов цифрового маркетинга для их реализации в системе хозяйственной деятельности предприятия, приобретение знаний и компетенций в области продвижения проектов в Интернете.

1.2 Задачи дисциплины.

- ознакомление с техническими, алгоритмическими, программными и технологическими решениями, используемыми в области цифрового маркетинга;
- создание и развитие умений методического и прикладного характера, необходимых в цифровом маркетинге;
- выработка практических навыков аналитического и экспериментального исследования основных методов и средств, используемых в рамках цифрового маркетинга.

1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.15 «Интернет-маркетинг» относится части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 и 4 курсах по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации зачет (3 курс), экзамен (4 курс).

Дисциплина «Интернет-маркетинг» предусматривает использование знаний, полученных в ходе изучения следующих дисциплин: Основы бизнеса, Электронный бизнес.

Знания, полученных в ходе изучения дисциплины «Интернет-маркетинг» используются в ходе изучения курсов: Технологическая (проектно-технологическая) практика, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

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

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

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результат обучения по дисциплине
ПК-2 Способен управлять серией продуктов и группой их менеджеров при решении задач профессиональной деятельности	
ИПК-2.5 Использует модели, методы и инструменты интернет-маркетинга для продвижения бизнеса в цифровой среде	ЗИПК-2.5 Знает основные виды интернет-рекламы и инструменты интернет-маркетинга
	ЗИПК-2.5 Знает методы создания рекламных текстов
	УИПК-2.5 Умеет применять инструменты интернет-маркетинга
	УИПК-2.5 Умеет продвигать бизнес в цифровой среде
ВИПК-2.5 Владеет навыками распространения информации и размещения рекламы на разных площадках	ВИПК-2.5 Владеет навыками проведения мероприятий о свойствах продукта
	ВИПК-2.5 Владеет навыками проведения мероприятий о свойствах продукта
ПК-4 Способен разрабатывать стратегии продвижения в информационно-коммуникационной сети "Интернет" при решении задач профессиональной деятельности	
ИПК-4.4 Использует модели, методы и инструменты интернет-маркетинга для	ЗИПК-4.4 Знает основы веб-аналитики и особенности функционирования современных веб-аналитических

продвижения бизнеса в цифровой среде	систем ЗИПК-4.4 Знает особенности функционирования современных социальных медиа и контекстно-медийных систем
	УИПК-4.4 Умеет применять систему показателей эффективности продвижения УИПК-4.4 Умеет выбирать каналы продвижения товаров в сети Интернет
	ВИПК-4.4 Владеет навыками разработки стратегии продвижения в сети Интернет ВИПК-4.4 Владеет навыками анализа трафика веб-сайта
ПК-5 Способен проводить исследования в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" при решении задач профессиональной деятельности	
ИПК-5.3 Использует модели, методы и инструменты интернет-маркетинга для продвижения бизнеса в цифровой среде	ЗИПК-5.3 Знает основы потребительского поведения и методы исследования поведения конкурентов в сети Интернет ЗИПК-5.3 Знает алгоритмы формирования и методы исследования спроса в сети Интернет
	УИПК-5.3 Умеет использовать инструменты исследования спроса и составлять алгоритмы исследования спроса в сети Интернет УИПК-5.3 Умеет составлять аналитические записки по результатам проведенного анализа
	ВИПК-5.3 Владеет навыками проведения исследований в сети Интернет ВИПК-5.3 Владеет навыками исследования и прогнозирования изменения спроса в сети Интернет
ПК-6 Способен управлять реализацией стратегии интернет-продвижения при решении задач профессиональной деятельности	
ИПК-6.3 Использует модели, методы и инструменты интернет-маркетинга для продвижения бизнеса в цифровой среде	ЗИПК-6.3 Знает основы использования массивов текстовой информации и стандарты составления технической документации ЗИПК-6.3 Знает принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в Интернете ЗИПК-6.3 Знает особенности организации и проведения электронный рассылки
	УИПК-6.3 Умеет работать с электронными рассылками и анализировать их эффективность УИПК-6.3 Умеет проводить анализ и оптимизировать стратегию продвижения
	ВИПК-6.3 Владеет навыками проведения работ по реализации стратегии продвижения в Интернете ВИПК-6.3 Владеет навыками электронных рассылок

Результаты обучения достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих результатов обучения.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 6 зачётных единиц (216 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице.

Виды работ	Всего часов	Семестры	
		6 семестр	7 семестр
Контактная работа, в том числе:	96,5	38,2	58,3
Аудиторные занятия (всего)	84	34	52
занятия лекционного типа	36	18	18
лабораторные занятия	50	16	34
Иная контактная работа:	10,5	4,2	6,3
Контроль самостоятельной работы (КСР)	10	4	6
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,5	0,2	0,3
Самостоятельная работа, в том числе:	92,8	33,8	59
<i>Курсовая работа</i>	-	-	-
<i>Контрольная работа</i>	-	-	-
<i>Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)</i>	30	10	20
<i>Реферат (эссе)</i>	30	10	20
Подготовка к текущему контролю	32,8	13,8	19
Контроль:	-	-	-
Подготовка к экзамену	26,7	-	26,7
Общая трудоёмкость час	216	72	144
в том числе контактная работа	96,5	38,2	58,3
зач. ед.	6	2	4

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоёмкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре (ОФО)

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Введение в интернет-маркетинг	14	4	4	-	6
2.	Интернет-статистика и её инструменты	14	4	-	4	6
3.	Веб-сайт и его технический анализ	14	4	-	4	6
4.	Методы интернет-маркетинга для продвижения	12	4	-	2	6
5.	Системы веб-аналитики	13,8	2	-	2	9,8
	<i>Итого по разделам дисциплины</i>	67,8	18	-	16	33,8
	<i>Контроль самостоятельной работы (КСР)</i>	4	-	-	-	-
	<i>Промежуточная аттестация (ИКР)</i>	0,2	-	-	-	-

№ разде ла	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятел ьная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
	<i>Контроль</i>	-	-	-	-	-
	<i>Общая трудоемкость по дисциплине</i>	72	-	-	-	-

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 7 семестре (ОФО)

№ разде ла	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятел ьная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
6.	Оптимизация и поисковый аудит	26	4	-	8	14
7.	SEO-оптимизация	28	6	-	8	14
8.	Эффективность и оценка маркетинговой деятельности в Интернете	28	4	-	10	14
9.	Оптимизация стратегии продвижения в Интернете	29	4	-	8	17
	<i>Итого по разделам дисциплины</i>	111	18	-	34	59
	<i>Контроль самостоятельной работы (КСР)</i>	6	-	-	-	-
	<i>Промежуточная аттестация (ИКР)</i>	0,3	-	-	-	-
	<i>Контроль</i>	26,7	-	-	-	-
	<i>Общая трудоемкость по дисциплине</i>	144	-	-	-	-

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет, экзамен.

Автор: Бочкова Е.В., к.э.н., доц. каф. теоретической экономики