

Аннотация к рабочей программы дисциплины
Б1.В12 «Поисковая оптимизация»

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы

Цель дисциплины – сформировать знания, умения и навыки по оптимизации веб-сайтов торговых предприятий как на этапе их проектирования и запуска, так и по оптимизации действующих веб-сайтов, для лучшего ранжирования в сети интернет, обеспечения трафика пользователей на сайт, генерации их в клиентов и обеспечения более эффективной работы торгового предприятия.

Задачи дисциплины:

- изучить основы поисковой оптимизации сайтов сети Интернет;
- освоить навыки администрирования и оптимизации сайтов;
- научиться выбирать каналы продвижения сайтов в соответствии с выделенными бюджетами;
- изучить основные инструменты продвижения сайтов в сети интернет;
- формировать бюджеты на поисковую оптимизацию сайтов;
- оценивать эффективность затрат на продвижение сайтов в сети интернет.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Поисковая оптимизация» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Перечень предшествующих дисциплин, необходимых для изучения дисциплины:

Современные информационные технологии в профессиональной деятельности, Стратегический маркетинг в торговле, Рыночные исследования и веб-аналитика

Данная дисциплина в соответствии с учебным планом предшествует изучению следующих дисциплин: Разработка и дизайн веб-сайтов, Маркетинг в социальных сетях.

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
ПК-3 Способен осуществлять стратегическое планирование коммерческой деятельности и маркетинговых кампаний в онлайн-среде	
ИПК-3.1. Проводит переговоры с потенциальными заказчиками по формированию и реализации проектов продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде	Знает основы настройки рекламных кампаний в социальных сетях, поисковых системах и иных каналах продвижения благоприятного образа компании в сети интернет.
	Знает методы проведения эффективных переговоров для успешного формирования и реализации проектов маркетинговой деятельности торгового предприятия
	Умеет разрабатывать планы, регламенты, бланки отчетности по формированию и реализации проектов маркетинговой деятельности торгового предприятия
	Умеет анализировать информацию и проводить переговоры с партнёрами, клиентами, подрядчиками, контактными аудиториями и другими лицами в рамках проектов маркетинговой деятельности торгового предприятия
	Формулирует цели и составляет проекты реализации маркетинговых задач по формированию и продвижению благоприятного образа компании в интернет-сети
	Проводит переговоры с участниками проекта и

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	представителями внешней среды проектов по формированию благоприятного образа и продвижению компании в интернет-среде
ИПК-3.3 Разрабатывает комплексную маркетинговую стратегию продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде	<p>Знает содержание и этапы проектирования маркетинговых стратегий, методы управления интернет-проектами и основы бюджетирования маркетинговой деятельности</p> <p>Знает основы веб-дизайна, юзабилити сайтов, особенности функционирования рекламных систем и социальных медиа</p> <p>Умеет составлять планы и распределять ресурсы для каждого этапа проекта по продвижению благоприятного образа продукта, компании и сайта в интернет-среде</p> <p>Умеет составлять регламенты, плановую и отчетную документацию по проектам</p> <p>Проводит анализ работ по реализации стратегий продвижения благоприятного образа продукта, компании и сайта в интернет-среде, координирует и корректирует деятельность участников проекта</p> <p>Составляет стратегии продвижения благоприятного образа продукта, компании или сайта в интернет-среде</p>
ИПК-3.4 Формирует и обосновывает бюджет проекта продвижения продукта, компании, сайта в интернет-среде	<p>Знает основы проектной деятельности в области маркетинга</p> <p>Знает методы бюджетирования маркетинговой деятельности и методы формирования бюджетов проектов</p> <p>Умеет составлять бюджеты проектов по продвижению продукта, компании, сайта в интернет-среде</p> <p>Умеет взаимодействовать с участниками проекта и представителями внешней среды проекта для корректировки содержания проекта и его эффективной реализации</p> <p>Формирует бюджеты и обосновывает отдельные статьи расходов в рамках реализации проектов по продвижению продукта, компании, сайта в интернет-среде</p> <p>Применяет функции управления при формировании проектов продвижения продукта, компании, сайта в интернет-среде и их реализации</p>

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Особенности он-лайн продвижения компании в сети Интернет	12	2	-		10
2.	Каналы продаж и продвижения компании в сети интернет	14	-	2		12

3.	Разработка сайтов и выбор каналов их продвижения в сети интернет	18		2		16
4.	Особенности функционирования поисковых систем	12	2	-		10
5.	Администрирование сайтов и поисковая оптимизация сайтов	16		2		14
6.	Бюджетирование работ по поисковой оптимизации	16		-		16
7.	Анализ эффективности продвижения сайта в сети интернет	16		2		14
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	104	4	8		92
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Контроль	3,8				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Курсовые работы: *(не предусмотрена)*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *(зачет)*

Автор Муратова А.Р.