

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Сочинский государственный университет»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Интернет-маркетинг

Шифр и направление подготовки	<u>42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»</u>
Квалификация (степень) выпускника	магистр
Магистерская программа	Маркетинговые коммуникации в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	очно-заочная
Выпускающая кафедра	<u>Общей психологии и социальных коммуникаций</u>
Кафедра-разработчик рабочей программы	<u>Общей психологии и социальных коммуникаций</u>

Год начала подготовки: 2024 г.

Семестр	Трудоем- кость (час./зет.)	Лекцион. занятий, (час.)	Практич. занятий, (час.)	Лаборат. занятий, (час.)	СРС, (час.)	КР/КП	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
4	108/3	14	14	-	80	-	Зачет
Итого:	108/3	14	14	-	80	-	Зачет

Сочи 2024г.

Лист согласования рабочей программы дисциплины Интернет-маркетинг

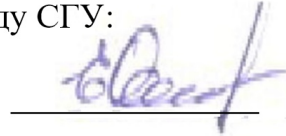
Рабочую программу составила:

 Круглова М.С., к.э.н., доц. кафедры ОПиСК

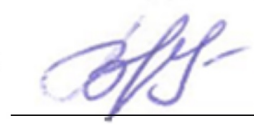
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА:

Заведующий кафедрой  И.Б. Шуванов

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины соответствует
библиотечному фонду СГУ:

Директор НОБ  Е.В. Онищенко

Структура рабочей программы соответствует предъявляемым требованиям:

Отдел качества образования и
методического обеспечения  В.В. Васильченко

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 202__/202__ учебный год, протокол №__ заседания кафедры от «__» _____ 201__г. В программу внесены дополнения и(или) изменения.

Заведующий кафедрой

подпись

ФИО

Рабочая программа переутверждена на 202__/202__ учебный год, протокол №__ заседания кафедры от «__» _____ 202__г. В программу внесены дополнения и(или) изменения.

Заведующий кафедрой

подпись

ФИО

Рабочая программа переутверждена на 202__/202__ учебный год, протокол №__ заседания кафедры от «__» _____ 202__г. В программу внесены дополнения и(или) изменения.

Заведующий кафедрой

подпись

ФИО

1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Интернет-маркетинг» является формирование знаний в области теории и практики интернет-маркетинга, а также умения и навыков применения интернет-коммуникаций для связи с потребителями и увеличения продаж компании.

Задачи освоения дисциплины:

- формирование представлений об особенностях проведения рекламных кампаний в сети Интернет, об основных инструментах интернет-маркетинга;
- получение навыка планирования маркетинговых кампаний в Интернете;
- получение навыка реализации и оценки эффективности маркетинговых кампаний в Интернете.

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП НАПРАВЛЕНИЯ 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Дисциплина относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина по выбору

Таблица 1 – Дисциплины, участвующие в формировании компетенции

Код и наименование компетенции	Дисциплины, участвующие в формировании компетенции
Профессиональные компетенции	
ПК-1 Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	Бренд-менеджмент Психология управления Планирование и реализация коммуникационных кампаний и мероприятий Интернет-маркетинг Управление репутацией в сети Интернет Организационно-управленческая практика Проектно-аналитическая практика
ПК-7 Способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга	Маркетинг в средствах массовой коммуникации Репутационный менеджмент Бренд-менеджмент Событийный маркетинг Интернет-маркетинг Управление репутацией в сети Интернет Организационно-управленческая практика Проектно-аналитическая практика

3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 2 – Компетенции и индикаторы их достижения

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине (показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
Профессиональные компетенции		

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине (показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
ПК-1 Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	ПК-1.1 Умеет осуществлять руководство, планирование и координацию работ по проведению коммуникационных программ и мероприятий, определять затраты на их проведение	Знать: особенности осуществления руководства, планирования и координацию работ по проведению коммуникационных программ и мероприятий, определения затрат на их проведение в сфере Интернет-маркетинга Уметь: осуществлять руководство, планирование и координацию работ по проведению коммуникационных программ и мероприятий, определять затраты на их проведение. в сфере Интернет-маркетинга Владеть: навыками осуществления руководства, планирования и координацию работ по проведению коммуникационных программ и мероприятий, определения затрат на их проведение в сфере Интернет-маркетинга
	ПК-1.2 Умеет находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных программ и мероприятий, как в сфере бизнеса, так и в системе государственного управления	Знать: методы проведения коммуникационных программ и мероприятий в сфере Интернет-маркетинга. Уметь: находить пути и способы повышения эффективности систем и технологий, направлять их на решение стратегических и оперативных задач в сфере Интернет-маркетинга Владеть: навыками выбора. путей и способов повышения эффективности систем и технологий, направления их на решение стратегических и оперативных задач в сфере Интернет-маркетинга

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине (показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
	ПК-1.3 Осуществляет рациональный выбор технологий рекламы и связей с общественностью при планировании и реализации коммуникационных программ и мероприятий	Знать: методы выбора технологий рекламы и связей с общественностью при планировании и реализации коммуникационных программ и мероприятий в сфере Интернет-маркетинга Уметь: осуществлять рациональный выбор технологий рекламы и связей с общественностью при планировании и реализации коммуникационных программ и мероприятий в сфере Интернет-маркетинга Владеть: навыками выбора технологий рекламы и связей с общественностью при планировании и реализации коммуникационных программ и мероприятий в сфере Интернет-маркетинга
ПК-7 Способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга	ПК-7.1 Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента.	Знать: методы маркетинговых технологий и технологий бренд-менеджмента в сфере Интернет-маркетинга Уметь: организовывать и проводить коммуникационные кампании брендов в сфере Интернет-маркетинга. Владеть: навыками маркетинговых технологий и технологий бренд-менеджмента в сфере Интернет-маркетинга
	ПК-7.2 Умеет использовать теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга в различных видах профессиональной деятельности	Знать: возможности использования теории и приемов менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга в различных видах профессиональной деятельности в сфере Интернет-маркетинга Уметь: использовать современные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга в профессиональной деятельности в сфере Интернет-маркетинга Владеть: навыками использования теории и приемов менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга в различных видах профессиональной деятельности в сфере Интернет-маркетинга.

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине (показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
	ПК-7.3 Умеет формировать маркетинговые стратегии с учетом изменений предпринимательской среды и мотиваций потребителей, а также перспективных направлений дальнейшего организационного развития, инновационной и инвестиционной деятельности фирмы	Знать: маркетинговые стратегии и условия их выбора с учетом изменений предпринимательской среды и мотиваций потребителей рынка, методы поиска и привлечения инвесторов в сфере Интернет-маркетинга.. Уметь: формировать маркетинговые стратегии с учетом изменений предпринимательской среды и мотиваций потребителей, а также перспективных направлений дальнейшего организационного развития, инновационной и инвестиционной деятельности фирмы в сфере Интернет-маркетинга.. Владеть: навыками формирования маркетинговых стратегий с учетом изменений предпринимательской среды и мотиваций потребителей, а также перспективных направлений дальнейшего организационного развития, инновационной и инвестиционной деятельности фирмы в сфере Интернет-маркетинга..
	ПК-7.4 Демонстрирует навыки разработки концептуальных и стратегических документов в области маркетинга и менеджмента	Знать: способы разработки концептуальных и стратегических документов в области маркетинга и менеджмента в сфере Интернет-маркетинга.. Уметь: демонстрировать навыки разработки концептуальных и стратегических документов в области маркетинга и менеджмента в сфере Интернет-маркетинга.. Владеть: навыками разработки концептуальных и стратегических документов в области маркетинга и менеджмента в сфере Интернет-маркетинга..

4 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Тематический план дисциплины

Таблица 3 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

№ раздела, темы	Наименование темы дисциплины	Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы			
			Контактная работа			СРС
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1	Тема 1. Интернет как коммуникативное пространство маркетинга	15	2	2	-	11
2	Тема 2. Вирусный маркетинг в сети Интернет	16	2	2	-	12
3	Тема 3. Маркетинг в социальных сетях и блогах (SMM)	15	2	2	-	11
4	Тема 4. Веб-сайты в Интернет-маркетинговой деятельности	16	2	2	-	12
5	Тема 5. Интернет-реклама.	15	2	2	-	11
6	Тема 6. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний	16	2	2	-	12
7	Тема 7. Управление проектами в интернет-маркетинге.	15	2	2		11
	Зачет	-	-	-	-	-
ИТОГО:		108	14	14	-	80

4.1.1 Лекционные занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Тема 1. Интернет как коммуникативное пространство маркетинга	Веб-сайт с точки зрения маркетинга. Основные виды онлайн-платформ для Интернет-маркетинга. Корпоративные веб-сайты организаций, их значение и цель в рамках маркетинговой деятельности. Чаты и форумы как виды коммуникации с потребителем.
2	Тема 2. Вирусный маркетинг в сети Интернет	Понятие вирусного маркетинга. Специфика создания и распространения вирусного контента в Сети. Мессенджеры как платформа маркетинговых коммуникаций. Визуальный контент в вирусном маркетинге. Ситуативный маркетинг и его вирусный потенциал в коммуникационной деятельности.
3	Тема 3. Маркетинг в социальных сетях и блогах (SMM)	Технологии Веб 2.0. Возможности современной блогосферы для Интернет-маркетинга. Особенности продвижения личных и корпоративных блогов. Форматы размещения контента в актуальных сетях.
4	Тема 4. Веб-сайты в Интернет-маркетинговой деятельности	Варианты хостинга сайтов. Обзор бесплатных платформ для запуска онлайн-проектов. Преимущества и недостатки сервисов. Функциональные возможности. Анализ конкурентоспособности и посещаемости сайта, источников трафика, активности и лояльности пользователей. Контент-менеджмент. Практичность

		интерфейса, навигация.
5	Тема 5. Интернет-реклама.	Виды рекламных кампаний. Задачи и критерии достижения результата: продающая рекламная кампания, информационная и имиджевая. Западная модель типов рекламных кампаний. Принцип работы контекстной рекламы. Виды таргетингов. Этапы запуска контекстной рекламы. Ре-таргетинг. Медийная реклама: виды площадок. Медиабаинг. Таргетированная реклама. Поведенческие технологии.
6	Тема 6. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний	Задачи и возможности веб-аналитики. Обзор и сравнительный анализ инструментов веб-аналитики. Виды способов сбора данных. Настройка целей и анализ конверсий. Использование ПО для анализа эффективности рекламных кампаний .
7	Тема 7. Управление проектами в интернет-маркетинге.	Этапы разработки проектов в интернете. Особенности выбора поставщиков. Виды систем управления сайтом. Варианты хостинга. Разработка прототипов корпоративного сайта. Создание диаграмм поведения пользователей в сети.

4.1.2 Практические занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание занятия
1	Тема 1. Интернет как коммуникативное пространство маркетинга	1. Сущность и история развития Интернет-маркетинга. 2. Особенности маркетинга в сети Интернет. 3. Сеть Интернет как информационная среда. 4. Функциональное назначение и ресурсы Интернет. 5. Электронный бизнес и электронная коммерция. 6. Виртуальное маркетинговое пространство и технологии Интернет в маркетинге. 7. Сайт организации как инструмент маркетинга.
2	Тема 2. Вирусный маркетинг в сети Интернет	1. Этапы построения системы маркетинга на основе сайта организации. 2. Необходимые интернет-сервисы для создания сайта. 3. Лидогенерация как направление в интернет-маркетинге. 4. Виды лидов и способы оплаты. 5. Источники лидов.
3	Тема 3. Маркетинг в социальных сетях и блогах (SMM)	1. Виды социальных сетей и блог-платформ. 2. Задачи, решаемые с помощью работы в социальных сетях. 3. Особенности взаимодействия с аудиторией в социальных сетях. 4. Обзор инструментов отслеживания упоминаний о брендах и тональности мнений. 5. Принципы работы инструментов и аналитика.
4	Тема 4. Веб-сайты в Интернет-маркетинговой деятельности	1. Разработка посадочных страниц и модели взращивания лидов на разных типах площадок. 2. Особенности работы партнерских программ. 3. Методика повышения качества лидов.
5	Тема 5. Интернет-реклама.	1. Технология осуществления рассылки. 2. Результат автоматизированных серий писем 3. Тренды современного E-mail маркетинга. 4. Стратегия сегментации.
6	Тема 6. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний	1. Медийная реклама 2. Контекстная реклама 3. Поисковая реклама 4. Геоконтекстная реклама 5. Вирусная реклама 6. Продакт-плейсмент (в онлайн-играх)

		7. Реклама в блогах 8.Интерстильная реклама
7	Тема 7. Управление проектами в интернет-маркетинге.	1Этапы работы над контекстной рекламной кампанией 2 Оценка эффективности баннерной рекламы. 3. Эффективность мероприятий Интернет маркетинга 4. Экономическая эффективность массовых рассылок. 5. Получатели спам рассылок и их списки 6. Способы получения спам листа.

4.1.3 Лабораторные занятия не предусмотрены УП

4.1.4 Самостоятельная работа студента

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Тема 1. Интернет как коммуникативное пространство маркетинга	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к тестированию, подготовка к устному опросу, подготовка к практическому занятию, выполнение домашнего задания, подготовка к промежуточной аттестации
2	Тема 2. Вирусный маркетинг в сети Интернет	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к тестированию, подготовка к устному опросу, подготовка к практическому занятию, выполнение домашнего задания, подготовка к промежуточной аттестации
3	Тема 3. Маркетинг в социальных сетях и блогах (SMM)	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к тестированию, подготовка к устному опросу, подготовка к практическому занятию, выполнение домашнего задания, подготовка к промежуточной аттестации
4	Тема 4. Веб-сайты в Интернет-маркетинговой деятельности	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к тестированию, подготовка к устному опросу, подготовка к практическому занятию, выполнение домашнего задания, подготовка к промежуточной аттестации
5	Тема 5. Интернет-реклама.	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к тестированию, подготовка к устному опросу, подготовка к практическому занятию, выполнение домашнего задания, подготовка к промежуточной аттестации
6	Тема 6. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к тестированию, подготовка к устному опросу,

		подготовка к практическому занятию, выполнение домашнего задания, подготовка к промежуточной аттестации
7	Тема 7. Управление проектами в интернет-маркетинге.	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к тестированию, подготовка к устному опросу, подготовка к практическому занятию, выполнение домашнего задания, подготовка к промежуточной аттестации

4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.2.1 Литература

1. Шпаковский, В. О. Интернет-журналистика и интернет-реклама : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. В. Розенберг, Е. С. Егорова. — Москва : Инфра-Инженерия, 2018. — 248 с. — ISBN 978-5-9729-0202-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/78258.html> (дата обращения: 04.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Бердышев, С. Н. Секреты эффективной интернет-рекламы : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 121 с. — ISBN 978-5-394-01667-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/137769.html> (дата обращения: 04.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Матвеева, М. А. Реклама и PR-Интернет : методическое пособие / М. А. Матвеева, В. Н. Молибог. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2018. — 70 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86412.html> (дата обращения: 04.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Алашкин, П. А. Всё о рекламе и продвижении в Интернете / П. А. Алашкин ; под редакцией П. Суворовой. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 220 с. — ISBN 978-5-9614-1055-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86863.html> (дата обращения: 04.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд (2-е издание) : учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 160 с. — ISBN 978-5-7567-0819-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/57080.html> (дата обращения: 04.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4.2.2.Современные профессиональные базы данных (СПБД) и информационные справочные системы (ИИС)

Таблица 4 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД) и информационные справочные системы (ИИС)

№	Наименование СПБД
1.	ScienceDirect : полнотекстовая база данных : сайт / издательство Elsevier. – URL: https://www.sciencedirect.com/ (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

2.	SpringerNature : полнотекстовая база данных: сайт / Springer Nature Switzerland AG. Part of Springer Nature. – URL: https://link.springer.com/ (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3.	Электронная библиотека Сочинского государственного университета : база данных. – Сочи, 2017 – . – URL: http://lib.sutr.ru/ (дата обращения: 04.03.2024). – Текст : электронный.
	Наименование ИСС
1.	КонсультантПлюс : справочно-правовая система: сайт / Компания «КонсультантПлюс». – Москва, 1997 – . – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.

4.2.3 Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники

Таблица 5 – Интернет-ресурсы и электронные информационные источники

№	Наименование Интернет-ресурсов и электронных информационных источников
1.	Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Эр Медиа». – Саратов, 2010 – . – URL: http://www.iprbookshop.ru/ (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2.	Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Нексмедиа». – Москва : Директ-Медиа, 2001 – . – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&view=main_ub (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3.	Образовательная платформа Юрайт : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Электронное издательство Юрайт». – Москва, 2020 – . – URL: https://urait.ru/catalog/organization/DE41FE6D-0B08-4394-B225-3DD636CCCE1F (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
4.	Национальная электронная библиотека (НЭБ) : Федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ. – Москва, 2004 – . – Режим доступа: https://rusneb.ru (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.
5.	Polpred.com Обзор СМИ : электронно-библиотечная система : сайт / Г. Вачнадзе, ООО «ПОЛПРЕД Справочники». – Москва, 1997 – . – URL https://polpred.com/ (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
6.	eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 – . – URL: https://elibrary.ru/ (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
7.	КиберЛенинка : научная электронная библиотека открытого доступа : сайт. – Москва, 2014 – . – URL: https://cyberleninka.ru/ (дата обращения: 04.03.2024). – Текст : электронный.

4.3 Текущая и промежуточная аттестации по дисциплине

Для оценки сформированности компетенций разрабатываются оценочные средства по дисциплине.

Форма и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине раскрывается в фонде оценочных средств, который является отдельным документом.

Оценочные средства по дисциплине содержат:

- материалы для текущего контроля оценки знаний по дисциплине;
- материалы для промежуточного контроля оценки знаний по дисциплине;
- критерии оценивания;
- шкалы оценивания.

Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации (зачет)

1. Сущность продающего сайта. Landing page (посадочная страница).
2. Автоворонки продаж. Механика и платформы.
3. Технологии лидогенерации. Понятия лида и лид-магнита.
4. Медиарилейшнз в эпоху онлайн-СМИ.
5. Медиапланирование в Интернет. Выбор рекламных носителей.
6. Основные форматы медийной рекламы в Интернете.
7. Rich-медиа как формат медийной рекламы.
8. E-mail маркетинг. Требование к составлению рассылок.
9. Чат-боты: типы, преимущества и недостатки применения.
10. Контекстная реклама в системах Яндекс.Директ, Google Adwords.
11. Таргетированная реклама. Настройка таргетинга.
12. Реклама в мобильных приложениях. Messenger-маркетинг.
13. Показатели эффективности интернет-рекламы. Аналитика.
14. Интернет-маркетинг и электронный бизнес.
15. Геймификация как направление цифрового маркетинга.
16. Инструменты интернет-маркетинга в сервисе YouTube.
17. Оценка эффективности рекламной кампании в Интернете.
18. Конструкторы сайтов.
19. Интернет-журналистика и ее возможности для реализации PR-целей.
20. Сайт периодического издания.
21. Возможности современной блогосферы для паблик рилейшнз.
22. Особенности личных и корпоративных блогов.
23. Этапы запуска контекстной рекламы. Проблемы реализации рекламной кампании в Интернете.
24. Методы ценообразования в поисковой рекламе, способы повышения эффективности.
25. Реклама с использованием электронной почты. Технология осуществления рассылки.
26. Тренды современного E-mail маркетинга.
27. Категории баннеров и методы баннерной рекламы. Виды закупки и стоимость баннерной рекламы.
28. Ретаргетинг. Проблема баннерной слепоты. CTR баннерной рекламы.
29. Видеоконференции как инструмент PR.
30. Категории электронной коммерции. Состояние российского рынка онлайн-торговли, типы сайтов.
31. Интернет-витрины, каталоги, Интернет-аукционы.
32. Планирование электронного бизнеса. Платежные системы.

Примерные критерии оценивания результатов освоения дисциплины при проведении промежуточной аттестации:

Нормы оценки знаний предполагают учёт индивидуальных особенностей обучающихся, дифференцированный подход к обучению, проверке знаний, умений, уровня формирования компетенций.

В устных и письменных ответах обучающихся при выполнении практических заданий и расчетов учитываются: глубина знаний, владение необходимыми умениями (в объеме

программы), логичность изложения материала, включая обобщения, выводы, соблюдение норм литературной речи, владение навыками и приемами выполнения практических заданий, подтверждение сделанных при решении практических заданий выводов соответствующими нормативными документами, правильность расчета показателей, полнота и правильность раскрытых процедур и действий в предложенном практическом задании.

Примерная шкала оценивания ответов обучающегося при проведении промежуточной аттестации по дисциплине (зачет):

Оценка «**зачтено**» - ответ на вопрос билета полный и правильный, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Изложение материала при ответах на вопрос построено грамотно, в определенной логической последовательности. Обучающийся показывает владение всеми индикаторами достижения компетенций дисциплины.

Оценка «**не зачтено**» - обучающийся не отвечает на вопросы или допускает грубые, существенные ошибки при ответах. Не демонстрирует владения индикаторами достижения компетенций по дисциплине.

5 УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины

В течение семестра студенты осуществляют учебные действия на лекционных и практических занятиях, усваивают и повторяют основные понятия. Контроль эффективности самостоятельной работы студентов осуществляется путем проверки освоения ими учебных заданий, предусмотренных для самостоятельной отработки.

Преподавание и изучение учебной дисциплины осуществляется в виде лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных форм работы, самостоятельной работы студентов.

Методические рекомендации обучающимся по подготовке к лекционным занятиям (теоретический курс)

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем: внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора); ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям; постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке; запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Методические рекомендации обучающимся по подготовке к выполнению тестового опроса

Тестирование является средством проверки и оценки знаний по освоенному материалу, а также умений применять полученные знания для решения поставленных задач. Тестирование является текущим средством оценки знаний, умений, навыков обучающегося. Данный вид оценочного средства проводится письменно, путем ответов студентами на поставленные вопросы и задачи. В случае неудовлетворительной сдачи задания разрешается переписать до промежуточной аттестации. Во время выполнения тестирования оценивается способность найти правильный ответ на поставленный вопрос, применять знания, умения, навыки, полученные в ходе лекций, практических занятий. Показатели оценки результатов: качество уровня освоения учебного материала; умение использовать теоретические знания при выполнении практических задач или ответе на практико-ориентированные вопросы; обоснованность и четкость изложения ответа.

Методические рекомендации обучающимся по подготовке к практическим занятиям

Внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному практическому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям; выпишите основные термины; ответьте на контрольные вопросы по занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов; уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до занятия) во время текущих консультаций преподавателя; готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы; рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения. Задания по изучению учебного материала по прочитанным лекциям в порядке подготовки к практическому занятию студенты должны получать от преподавателей, которые ведут эти формы занятий. Характер и количество задач, решаемых на практическом занятии, определяются преподавателем, ведущим занятия. Желательно, чтобы студент кратко законспектировал основные положения, самостоятельно приобрел навыки в решении поставленных вопросов.

Методические рекомендации обучающимся по подготовке к выполнению домашнего задания

Домашнее задание является средством проверки и оценки знаний по освоенному материалу, а также умений применять полученные знания для решения поставленных задач. Домашнее задание является текущим средством оценки знаний, умений, навыков обучающегося. Данный вид оценочного средства проводится письменно, путем ответов студентами на поставленные вопросы и задачи. В случае неудовлетворительной сдачи задания разрешается переписать до промежуточной аттестации. Во время выполнения домашнего задания оценивается способность найти правильный ответ на поставленный вопрос, применять знания, умения, навыки, полученные в ходе лекций, лабораторных занятий. Показатели оценки результатов: качество уровня освоения учебного материала; умение использовать теоретические знания при выполнении практических задач или ответе на практико-ориентированные вопросы; обоснованность и четкость изложения ответа.

Методические рекомендации обучающимся по изучению литературных источников

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине студентам необходимо научиться работать с литературой. В период изучения литературных источников необходимо вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями. При подготовке задания используйте рекомендуемые по данной теме учебники, техническую литературу, материалы электронно-библиотечных систем или другие Интернет-ресурсы. Внимательно прочитайте материал, по которому требуется составить конспект. Постарайтесь разобраться с непонятным материалом, в частности новыми терминами и понятиями. Кратко перескажите содержание изученного материала. Составьте план конспекта, акцентируя внимание на наиболее важные моменты текста. В соответствии с планом выпишите по каждому пункту несколько основных предложений, характеризующих ведущую мысль описываемого пункта плана. Показатели оценки результатов: краткое изложение (при конспектировании) основных теоретических положений темы; логичность изложения ответа; уровень понимания изученного материала.

Методические рекомендации обучающимся по работе с конспектом лекций

Просмотрите конспект сразу после занятий. Пометьте материал конспекта лекций, который вызывает затруднения для понимания. Попытайтесь найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь на текущей

консультации или на ближайшей лекции за помощью к преподавателю. Каждую неделю рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам

Методические рекомендации студентам по подготовке к промежуточной аттестации (зачету)

При подготовке к экзамену следует руководствоваться РПД. Студент должен иметь в виду, что некоторые вопросы, имеющиеся в программе, выносятся на самостоятельное изучение.

На зачете студент должен показать знание содержания предмета, терминологии, умение свободно оперировать ею. При подготовке к ответу на зачете студенту разрешено пользоваться рабочей программой дисциплины. Если студент при ответе на вопросы затрудняется с самостоятельным изложением материала, преподаватель имеет право задать ему ряд вопросов, побуждающих и направляющих студентов к полному высказыванию по данной теме, в случае, если ответы на эти вопросы исчерпывают тему, оценка за ответ не снижается. Высказывания студентов должны соответствовать сути вопроса, быть логически выстроенными, доказательно раскрывать отношение отвечающего к излагаемой проблеме, выявлять личную точку зрения на использование тех или иных положений теоретического курса в практической работе.

Промежуточная аттестация может быть выставлена студенту по результатам федерального интернет тестирования (ФЭПО, интернет тренажеры).

5.2 Организация самостоятельной работы студента по дисциплине

Самостоятельная работа студента является ключевой составляющей учебного процесса, которая определяет формирование навыков, умений и знаний, приемов познавательной деятельности и обеспечивает интерес к творческой работе.

Организация самостоятельной работы студентов осуществляется по трем направлениям:

- определение цели, программы, плана задания или работы;
- со стороны преподавателя студенту оказывается помощь в технике изучения материала, подборе литературы;
- контроль усвоения знаний, приобретения навыков по дисциплине, оценка выполненной контрольной и курсовой работы, проекта.

Мерами по обеспечению выполнения обучающимися всех видов самостоятельной работы являются (указать при наличии ниже перечисленных пунктов):

- наличие помещений для СРС;
- обеспечение средствами вычислительной техники, программное обеспечение;
- наличие раздаточного материала, комплектов индивидуальных заданий, учебно-методических материалов, тем рефератов со списком рекомендуемой литературы, рекомендаций по решению типовых задач, образцов отчетов о выполнении СРС и т.п.;
- обеспечение учебно-методической и справочной литературой всех видов самостоятельной работы;

Самостоятельная работа по изучению дисциплины включает следующие виды работ: изучение материала, изложенного на лекции; изучение материала, вынесенного на лабораторные занятия; подготовка к лабораторным занятиям;

Основная задача самостоятельной работы — углубленное изучение разделов курса, нормативно-правовых документов в области гидравлики и теплотехники. Основу самостоятельной работы студента составляет выполнение заданий по завершению изучения каждой темы курса. Самостоятельная работа студентов по изучению дисциплины включает несколько этапов, что позволит лучше усвоить пройденный материал.

Работу целесообразно начинать с изучения конспекта лекций и материала учебника, затем следует приступать к выполнению заданий. Формой отчётности являются устный опрос, обсуждение и тестирования.

Дисциплина должна быть обеспечена учебно-методической литературой в объеме, достаточном для проведения всех предусмотренных видов учебных занятий.

Каждый обучающийся по дисциплине должен быть обеспечен учебно-методической литературой.

5.3 Особенности преподавания дисциплины

В целях максимального усвоения дисциплины используются следующие технологии обучения:

- Лекция - учебное занятие, составляющее основу теоретического обучения и дающее систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывающее состояние и перспективы развития соответствующей области науки и техники, концентрирующее внимание обучающихся на наиболее сложных, узловых вопросах, стимулирующее их познавательную деятельность и способствующее формированию творческого мышления.
- Практическое занятие - совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем практического сложения результатов индивидуальной работы членов команды с делением полномочий и ответственности.
- Самостоятельная работа студента, предусматривает выполнение работы - задание, которое требует от студента воспроизведения и/или обработки полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей, как правило, творческого подхода.
- Преподавание дисциплины опирается на современный подход к обучению и ориентируется на внесение в процесс обучения новизны, обусловленной особенностями динамики развития жизни и деятельности, спецификой различных технологий обучения и потребностями личности, общества и государства в выработке у обучаемых социально полезных знаний, убеждений, черт и качеств характера, отношений и опыта поведения.

Проведение всех видов занятий при преподавании дисциплины, проведение консультаций, промежуточная и текущая аттестация возможна с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лекционные занятия: комплект электронных презентаций/слайдов, сопровождающих лекцию; аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук, звукоусиливающая аппаратура и т.д.); таблицы, графическая информация и т.д.

Практические занятия: комплект электронных презентаций/слайдов, сопровождающих лекцию; аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук, звукоусиливающая аппаратура и т.д.); таблицы, графическая информация и т.д.

Рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет, рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

При реализации дисциплины использовано следующее лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 Home Basic.
- Kaspersky Endpoint Security

- LibreOffice – Бесплатное ПО
- Yandex Browser – Бесплатное ПО
- VLC (видеопроектор)
- Microsoft Powerpoint Viewer

При организации занятий, текущей и промежуточной аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий используются различные электронные образовательные ресурсы и онлайн сервисы, входящие в состав ЭИОС СГУ.

5.5 Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Условия организации и содержание обучения и контроля знаний инвалидов и обучающихся с ОВЗ по дисциплине определяются программой дисциплины, адаптированной при необходимости для обучения указанных обучающихся.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и дидактические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением дистанционных технологий.

Дистанционное обучение обеспечивает возможность коммуникаций с преподавателем, а так же с другими обучаемыми посредством вебинаров (например, с использованием программы Skype) , что способствует сплочению группы, направляет учебную группу на совместную работу, обсуждение, принятие группового решения.

В учебном процессе для повышения уровня восприятия и переработки учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ применяются мультимедийные и специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения.

Подбор и разработка учебных материалов производится преподавателем с учетом того, чтобы студенты с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении аттестации.

Приложение к рабочей программе дисциплины
Интернет-маркетинг

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Бакалавриат

Магистерская программа: «Маркетинговые коммуникации в государственных и бизнес-структурах»

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

Интернет-маркетинг

Дисциплина обязательной части учебного плана

форма обучения – очно-заочная

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	3/108
Цель изучения дисциплины	формирование знаний в области теории и практики интернет-маркетинга, а также умения и навыков применения интернет-коммуникаций для связи с потребителями и увеличения продаж компании
Содержание дисциплины	Тема 1. Интернет как коммуникативное пространство маркетинга Тема 2. Вирусный маркетинг в сети Интернет Тема 3. Маркетинг в социальных сетях и блогах (SMM) Тема 4. Веб-сайты в Интернет-маркетинговой деятельности Тема 5. Интернет-реклама. Тема 6. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний Тема 7. Управление проектами в интернет-маркетинге.
Формируемые компетенции (коды)	ПК-1; ПК-7
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	ПК-1.1 Умеет осуществлять руководство, планирование и координацию работ по проведению коммуникационных программ и мероприятий, определять затраты на их проведение. ПК-1.2 Умеет находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных программ и мероприятий, как в сфере бизнеса, так и в системе государственного управления. ПК-1.3 Осуществляет рациональный выбор технологий рекламы и связей с общественностью при планировании и реализации коммуникационных программ и мероприятий. ПК-7.1 Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента. ПК-7.2 Умеет использовать теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга в различных видах профессиональной деятельности. ПК-7.3 Умеет формировать маркетинговые стратегии с учетом изменений предпринимательской среды и мотиваций потребителей, а также перспективных направлений дальнейшего организационного развития, инновационной и инвестиционной деятельности фирмы. ПК-7.4 Демонстрирует навыки разработки концептуальных и стратегических документов в области маркетинга и менеджмента.
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Бренд-менеджмент, Маркетинг в средствах массовой коммуникации, Психология управления, Планирование и реализация коммуникационных кампаний и мероприятий, Репутационный менеджмент, Бренд-менеджмент, Событийный маркетинг, Интернет-маркетинг, Управление репутацией в сети Интернет, Организационно-управленческая практика, Проектно-аналитическая практика, Организационно-управленческая практика, Проектно-аналитическая практика
Образовательные технологии	Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: 1) чтение лекций; 2) проведение практических занятий 3) дистанционные образовательные технологии
Форма промежуточной аттестации	зачет