

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



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Интернет-маркетинг в цифровой среде**

Шифр и направление подготовки	09.03.03 Прикладная информатика
Квалификация (степень) выпускника	бакалавр
Профиль подготовки	Цифровые технологии в аналитической деятельности
Форма обучения	очная
Выпускающая кафедра	Информационных технологий и математики
Кафедра-разработчик рабочей программы	Информационных технологий и математики
Год набора	2023

Семестр	Трудоёмкость (час./зет.)	Лекцион. занятий, (час.)	Практич. занятий, (час.)	Лаборат. занятий, (час.)	СРС, (час.)	КР/КП (час.)	КРЗ	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
<b>ОФО</b>								
7	108/3	14	0	14	80	-	-	Зачет(0)
<b>ИТОГО</b>	<b>108/3</b>	<b>14</b>	<b>0</b>	<b>14</b>	<b>80</b>			<b>Зачет(0)</b>

Сочи 2023 г.

Лист согласования рабочей программы дисциплины Интернет-маркетинг в цифровой среде

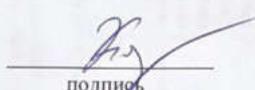
Рабочую программу составили:

  
Видищева Е.В.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА**

на заседании кафедры Информационных технологий и математики  
Протокол № 16-06 2023г.

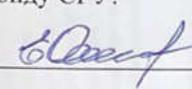
Заведующий кафедрой

  
подпись

Копырин А.С.

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

Директор НОБ



Омиченко Е.В.

Структура рабочей программы соответствует предъявляемым требованиям:

Отдел качества образования и  
методического обеспечения

  
подпись

Киселева И.К.  
Ф.И.О.

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 20\_\_\_/20\_\_\_ учебный год,

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

---

---

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_   
подпись

\_\_\_\_\_   
ФИО

Рабочая программа переутверждена на 20\_\_\_/20\_\_\_ учебный год,

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

---

---

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_   
подпись

\_\_\_\_\_   
ФИО

Рабочая программа переутверждена на 20\_\_\_/20\_\_\_ учебный год

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

---

---

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_   
подпись

\_\_\_\_\_   
ФИО

## 1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины Интернет-маркетинг в цифровой среде является формирование у студентов знаний, умений и навыков применения технологий реализации интернет-маркетинга, использования методов интернет-рекламы, ее инструментария при работе на различных сегментах рынка, а также о необходимости, возможностях и путях создания корпоративных сайтов как основных компонентов маркетинговых стратегий в современном бизнесе.

Задачи дисциплины:

- формирование у студентов необходимых знаний по дисциплине;
- ознакомление с техническими, алгоритмическими, программными и технологическими решениями, используемыми в данной области;
- создание и развитие у студентов умений методического и прикладного характера, необходимых в Интернет-маркетинге;
- выработка практических навыков аналитического и экспериментального исследования основных методов и средств, используемых в области, изучаемой в рамках данной дисциплины

## 2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП НАПРАВЛЕНИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТИ)

Дисциплина Интернет-маркетинг в цифровой среде относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Таблица 1 - Дисциплины, участвующие в формировании компетенции

<b>Код и наименование компетенции</b>	<b>Дисциплины, участвующие в формировании компетенции</b>
ПК-6 Способен выявлять бизнес-проблемы и бизнес-возможности и обосновывать выбор решений	Экономическая теория (продвинутый уровень) Цифровые финансы Современный инструментарий бизнес-аналитики Государственное регулирование использования цифровой экономики Бизнес-планирование Основы фундаментального и технического анализа Эконометрика Экономико-математическое моделирование Информационные системы в бухгалтерском учете и налогообложении Предметно-ориентированные экономические информационные системы Информационные системы управления производственной компании Системы поддержки принятия решений Электронная коммерция и цифровые рынки Электронные платежные системы Преддипломная практика

## 3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК – профессиональные компетенции установленные вузом.

Таблица 2 - Компетенции и индикаторы их достижения

<b>Компетенции и индикаторы их достижения</b>		В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
ПК-6 Способен выявлять бизнес-проблемы и бизнес-возможности и обосновывать выбор решений	ПК-6.2 Формирует возможные решения на основе системы целевых показателей	Знает цифровые технологии и типовое программное обеспечение, применяемое в экономике и бизнес-анализе Умеет анализировать факторы, условия, требования и связи между ними, влияющие на деятельность организации Владеет навыками анализа и описания решений по системе целевых показателей"
	ПК-6.3 Анализирует и обосновывает выбор управленческих решений	Знает типовые бизнес-процессы в производственных, финансовых, торговых компаниях Владеет навыками выбора решения для реализации"

#### 4 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 4.1 Тематический план дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов,

№ раздела, темы	Наименование модуля (раздела, темы) дисциплины	Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы			
			Контактная работа			СРС
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1	Тема 1. Введение в интернет -маркетинг	14	2		2	10
2	Тема 2. Цифровой маркетинг и электронный бизнес	14	2		2	10
3	Тема 3. Маркетинговые функции Интернет сайтов	16	2		2	12
4	Тема 4. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа	16	2		2	12
5	Тема 5. Управление проектами в интернет-маркетинге.	16	2		2	12
6	Тема 6. Создание и оптимизация сайта.	16	2		2	12
7	Тема 7. Показатели эффективности цифрового маркетинга, определяемые поисковыми системами.	16	2		2	12
	<b>ИТОГО</b>	<b>108</b>	<b>14</b>		<b>14</b>	<b>80</b>

#### 4.1.1 Лекционные занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Тема 1. Введение в интернет -маркетинг	<p>Определение и основные понятия Интернет-маркетинга. Интернет-реклама: понятие, специфика, роль, цели и задачи. Преимущества интернет-маркетинга и интернет-рекламы.</p> <p>Методы получения и анализа информации Интернет-маркетинга. Инструментарий и способы анализа целевой аудитории в Интернете. Конкурентная разведка в Интернете. Понятие бенчмаркинга..</p>
2	Тема 2. Цифровой маркетинг и электронный бизнес	<p>Инструменты маркетинга вовлечения в условиях цифровой экономики.</p> <p>Управление эффективными продажами товаров и услуг в условиях цифровой экономики.</p> <p>Основные категории электронного рынка по взаимодействию субъектов рыночных отношений в Интернет: business-to-business, B2B; business-to-consumer, B2C; consumerto-consumer, C2C; business-to-administration, B2A; consumer-to-administration, C2A.</p> <p>Особенности цифрового маркетинга: глобальный доступ; маркетинг категории «один на один»; интерактивный маркетинг; маркетинг в режиме удобного для потребителя времени; интегрированный маркетинг. Клиентоориентированный маркетинг как основа Digital-маркетинга.</p>
3	Тема 3. Маркетинговые функции Интернет сайтов	<p>Организация деятельности трансграничных торговых площадок («маркетплейсы»).</p> <p>Источники маркетинговой информации в сети Интернет. Обзор существующих методов проведения маркетинговых исследований в Интернет. Технологии составления выборок респондентов, особенности и правила проведения, применяемые в онлайн исследованиях.</p> <p>Использование технологий Интернет-маркетинга для предложения продукта на рынке</p>
4	Тема 4. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа	<p>Виды социальных сетей и блог-платформ. Задачи, решаемые с помощью работы в социальных сетях. Особенности взаимодействия с аудиторией в социальных сетях. Обзор инструментов отслеживания упоминаний о брендах и тональности мнений. Принципы работы инструментов и аналитика.</p>
5	Тема 5. Управление проектами в интернет-маркетинге.	<p>Этапы разработки проектов в интернете. Особенности выбора поставщиков. Виды систем управления сайтом. Usability тестирование. Варианты хостинга. Разработка прототипов корпоративного сайта. Создание диаграмм поведения пользователей в сети.</p>
6	Тема 6. Создание и оптимизация сайта.	<p>Планирование Web-сайта. Реализация Web-сайта. Привлечение пользователей на Web-сайт</p> <p>Подведение итогов на основе сравнения полученных результатов с запланированными по установленным ранее критериям. Основные понятия SEO. Алгоритмы работы поисковых систем. Разработка SEO ?friendly сайта. Семантическое ядро сайта. Внутренняя оптимизация</p>
7	Тема 7. Показатели эффективности цифрового маркетинга, определяемые поисковыми системами.	<p>Исследования механизмов определения основных показателей эффективности и результативности Digital-маркетинга в ходе процесса поисковой оптимизации и продвижения сайта: индекс цитируемости; взвешенный индекс цитирования; тематический индекс цитирования; PageRank; посещаемость сайта. Показатели эффективности интернет-рекламы</p>

## 4.1.2 Практические занятия нет

### 4.1.3. Лабораторные занятия:

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Тема 1. Введение в интернет -маркетинг	Лабораторное занятие по данной теме реализуется в форме практической подготовки Обсуждение вопросов лекции (работа в малых группах)
2	Тема 2. Цифровой маркетинг и электронный бизнес	Лабораторное занятие по данной теме реализуется в форме практической подготовки Доклад с публичной презентацией Задание к лабораторной работе
3	Тема 3. Маркетинговые функции Интернет сайтов	Лабораторное занятие по данной теме реализуется в форме практической подготовки Доклад с публичной презентацией Задание к лабораторной работе
4	Тема 4. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа	Лабораторное занятие по данной теме реализуется в форме практической подготовки Доклад с публичной презентацией Задание к лабораторной работе
5	Тема 5. Управление проектами в интернет-маркетинге.	Лабораторное занятие по данной теме реализуется в форме практической подготовки Доклад с публичной презентацией Задание к лабораторной работе
6	Тема 6. Создание и оптимизация сайта.	Лабораторное занятие по данной теме реализуется в форме практической подготовки Доклад с публичной презентацией Задание к лабораторной работе
7	Тема 7. Показатели эффективности цифрового маркетинга, определяемые поисковыми системами.	Лабораторное занятие по данной теме реализуется в форме практической подготовки Доклад с публичной презентацией Задание к лабораторной работе

### 4.1.4. Самостоятельная работа студента

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Тема 1. Введение в интернет -маркетинг	Изучение вопросов лекции Подготовка докладов с презентацией Подготовка к лабораторной работе
2	Тема 2. Цифровой маркетинг и электронный бизнес	Изучение вопросов лекции Подготовка докладов с презентацией Подготовка к лабораторной работе
3	Тема 3. Маркетинговые функции Интернет сайтов	Изучение вопросов лекции Подготовка докладов с презентацией Подготовка к лабораторной работе
4	Тема 4. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа	Изучение вопросов лекции Подготовка докладов с презентацией Подготовка к лабораторной работе

5	Тема 5. Управление проектами в интернет-маркетинге.	Изучение вопросов лекции Подготовка докладов с презентацией Подготовка к лабораторной работе
6	Тема 6. Создание и оптимизация сайта.	Изучение вопросов лекции Подготовка докладов с презентацией Подготовка к лабораторной работе
7	Тема 7. Показатели эффективности цифрового маркетинга, определяемые поисковыми системами.	Изучение вопросов лекции Подготовка докладов с презентацией Подготовка к лабораторной работе

#### 4.1.5. Интерактивные формы занятий

В учебном плане отсутствуют

### 4.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

#### 4.2.1. Литература

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. – 2-е изд., пересм. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 346 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684274> (дата обращения: 29.05.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04250-8. – Текст : электронный.

2. Ветцель, К. Я. Интернет-маркетинг : учебное пособие / К. Я. Ветцель. — Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2018. — 176 с. — ISBN 978-5-7638-4010-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/100023.html> (дата обращения: 29.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Катаев, А. В. Интернет-маркетинг : учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2018. – 154 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687> (дата обращения: 29.05.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-2673-4. – Текст : электронный.

4. Кульпин, С. В. Структура и содержание интернет-маркетинга : учебное пособие / С. В. Кульпин ; под ред. Е. В. Попова ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2020. – 103 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699056> (дата обращения: 29.05.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7996-3027-0. – Текст : электронный.

5. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 185 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507> (дата обращения: 29.05.2023). – Библиогр.: с. 174. – ISBN 978-5-4499-3059-0. – Текст : электронный.

6. Мальцева, Ю. А. Коммуникационные инструменты маркетинга в интернет пространстве / Ю. А. Мальцева, И. В. Котляревская, В. А. Багинская ; под общ. ред. Ю. А. Мальцевой ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2019. – 76 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697352> (дата обращения: 29.05.2023). – ISBN 978-5-7996-2942-7. – Текст : электронный.

#### 4.1.3 Современные профессиональные базы данных и информационные

#### справочные системы

##### 4.1.4

№	Наименование СПБД
1.	ScienceDirect : полнотекстовая база данных : сайт / издательство Elsevier. – URL: <a href="https://www.sciencedirect.com/">https://www.sciencedirect.com/</a> (дата обращения: 29.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

2.	SpringerNature : полнотекстовая база данных: сайт / Springer Nature Switzerland AG. Part of Springer Nature. – URL: <a href="https://link.springer.com/">https://link.springer.com/</a> (дата обращения: 29.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3.	Электронная библиотека Сочинского государственного университета : база данных. – Сочи, 2017 – . – URL: <a href="http://lib.sutr.ru/">http://lib.sutr.ru/</a> (дата обращения: 29.05.2023). – Текст : электронный.
	Наименование ИИС
1.	Электронная библиотека Сочинского государственного университета : база данных. – Сочи, 2017 – . – URL: <a href="http://lib.sutr.ru/">http://lib.sutr.ru/</a> (дата обращения: 29.05.2023). – Текст : электронный.
2.	КонсультантПлюс : справочно-правовая система: сайт / Компания «КонсультантПлюс». – Москва, 1997 – . – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.

#### 4.1.5 Нормативные документы

1. Конституция Российской Федерации Принята на всенародном голосовании 12 декабря 1993 г. <http://ivo.garant.ru/SESSION/PILOT/main.htm>
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации (БК РФ) от 31.07.1998 №145-ФЗ (принят ГД ФС РФ 17.07.1998г.) (в действующей редакции) <http://www.consultant.ru/popular/budget/>
3. Гражданский кодекс РФ (ГК РФ) от 26.01.1996 N 14-ФЗ Часть 2 (в действующей редакции). <http://www.consultant.ru/popular/gkrf1/>
4. Гражданский кодекс РФ (ГК РФ) от 30.11.1994 N 51-ФЗ - Часть 1 (в действующей редакции) <http://www.consultant.ru/popular/gkrf1/>

#### 4.1.6 Интернет-ресурсы и другие 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: <a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a> (дата обращения: 29.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2.	Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Нексмедиа». – Москва : Директ-Медиа, 2001 – . – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&amp;view=main_ub">https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&amp;view=main_ub</a> (дата обращения: 29.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3.	Образовательная платформа Юрайт : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Электронное издательство Юрайт». – Москва, 2020 – . – URL: <a href="https://urait.ru/catalog/organization/DE41FE6D-0B08-4394-B225-3DD636CCCE1F">https://urait.ru/catalog/organization/DE41FE6D-0B08-4394-B225-3DD636CCCE1F</a> (дата обращения: 29.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
4.	Комплект Сочинского государственного университета / Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс» – Электронная библиотека технического вуза. – Москва : Политехресурс, 2013 – . – URL: <a href="http://www.studentlibrary.ru/catalogue/switch_kit/x2019-138.html">http://www.studentlibrary.ru/catalogue/switch_kit/x2019-138.html</a> (дата обращения: 29.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
5.	eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 – . – URL: <a href="https://elibrary.ru/">https://elibrary.ru/</a> (дата обращения: 29.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – 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:

### Вопросы к зачету

- 1) Определение и основные понятия Интернет-маркетинга
- 2) Комплекс Интернет-маркетинга. Конвергенция элементов
- 3) комплекса маркетинга
- 4) Особенности и преимущества Интернет-маркетинга
- 5) Модели поведения посетителей сайтов
- 6) Классификация по степени посещаемости
- 7) Типы поведения посетителей Интернет-магазинов
- 8) Поисковые машины и каталоги
- 9) E-mail маркетинг. Основные направления e-mail маркетинга
- 10) Поисковые системы
- 11) Эффективный поиск информации. Язык поисковых машин
- 12) Понятие и виды спама
- 13) Понятие хостинга
- 14) Регистрация в поисковых системах. Стандарт исключения для поисковых систем
- 15) Баннер. Эффективность баннера. Текстовые баннеры. Интерактивные баннеры. Службы баннерного обмена. Размещаем баннер на сайте
- 16) Понятие ранжирования
- 17) Что такое Title, Description, Keywords. Их влияние на продвижение сайта
- 18) Что нельзя делать чтобы не выпасть из выдачи Google
- 19) Особенности продвижения сайта в Яндекс
- 20) Внутренняя оптимизация сайта. Общие положения и методы
- 21) Внешняя оптимизация. Общие положения и методы
- 22) Бесплатная внешняя оптимизация сайта
- 23) Виды поисковых запросов: низкочастотные, среднечастотные, высокочастотные и long tail запросы
- 24) Ключевые слова для продвижения сайта
- 25) Семантическое ядро сайта
- 26) Причины, по которым посетители могут покидать сайт
- 27) Влияние уникального дизайна на продвижение сайта
- 28) Черное SEO
- 29) Перелинковка сайта
- 30) Блоги и блогосфера.
- 31) Контекстная, медийно-контекстная и медийная реклама.
- 32) Основные сервисы, предоставляющие услуги контекстной рекламы.
- 33) Преимущества и недостатки контекстной рекламы.
- 34) Основные понятия, связанные с баннерной рекламой объекта рынка.
- 35) Методы SEO-оптимизации.
- 36) Работа с внутренней оптимизацией.
- 37) Внешнее окружение и его значение для сайта.
- 38) Динамика развития внутреннего и внешнего окружения.
- 39) Сравнительная характеристика основных видов интернет-продвижения.
- 40) Оценка эффективности продвижения в социальных сетях.
- 41) Оценка эффективности продвижения в независимой зоне поисковых систем.
- 42) Оценка эффективности продвижения в системах контекстной рекламы.
- 43) Оценка эффективности баннерной рекламы.

- 44) Основные понятия и примеры, связанные с вирусным маркетингом.
- 45) Понятие информации, положительно направленных и отрицательно направленных информационных полей.
- Информационные войны. Использование информационных полей в коммерческих целях.
- 46) Виды интернет-магазинов. Преимущества и недостатки интернет-магазинов.
- 47) Развитие мобильного интернета и мобильного маркетинга. SMS-биллинг. Интеграция веб-ресурсов и SMS-сервисов.
- 48) Виджеты для мобильных устройств.
- 49) Медийная реклама. Баннеры. Параметры эффективности.
- 50) Продвижение проектов в социальных сетях. Основные методы и критерии эффективности.
- 51) Вирусное продвижение проектов. Примеры удачных вирусов.
- 52) Поисковое продвижение. Основные методы, понятия и критерии эффективности.
- 53) Прямой маркетинг. Основные методы и критерии эффективности.
- 54) Закупка новостного трафика. Источники, критерии эффективности.
- 55) Контекстная реклама. Преимущества и недостатки данного вида продвижения. Источники, критерии эффективности.
- 56) Принципы и критерии участия интернет-магазинов в Яндекс.Маркете.
- 57) Мобильные сервисы. Создание. Монетизация. Критерии эффективности.
- 58) Основные системы статистики. Отличительные особенности. Преимущества и недостатки каждой.
- 59) Регистрация каталога. Работы по инструментарию Google Analytics и Яндекс метрика.
- 60) Контекстная реклама
- 61) Поисковый маркетинг
- 62) E-mail маркетинг
- 63) Аффилиативный или партнерский маркетинг
- 64) Скрытый маркетинг
- 65) Поисковый маркетинг в целом
- 66) SEO (search engine optimization, поисковая оптимизация)
- 67) SMO (social media optimization, продвижение сайта в социальных медиа-сетях) и SMM (social media marketing, маркетинг в социальных медиа-сетях)
- 68) «Партизанский» маркетинг
- 69) Социальный маркетинг
- 70) Тайм-маркетинг
- 71) Доверительный маркетинг
- 72) Лог-файлы
- 73) Счетчики
- 74) Cookies

### **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.

### **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**

Чтобы освоить учебный материал дисциплины, необходимо регулярно посещать все занятия, не опаздывать к началу занятий и обязательно конспектировать лекции. Лекции дают знания, которые подчас невозможно найти даже в учебниках. Невозможно дословно законспектировать все, что говорит преподаватель, поэтому следует постараться выделить, записать основные положения, идеи, выводы, понять логику учебного материала, излагаемого преподавателем. При конспектировании желательно использовать понятные для конспектирующего студента сокращения и условные знаки.

С целью более глубокого освоения темы дисциплины, конспекты следует дополнять и дорабатывать для систематизации и обобщения, используя информацию, полученную во время лабораторного занятия, а также рекомендуемую учебно-методическую литературу и Интернет-ресурсы. Аналогичную работу необходимо выполнять и при разработке тем дисциплины, предлагаемых для самостоятельного изучения.

Рекомендуется выработать в себе привычку просматривать, перечитывать перед новой лекцией и предстоящим лабораторным занятием текст предыдущей лекции.

Если возникают вопросы, обязательно обращайтесь за консультациями к преподавателю после занятия (или во время занятия при его вопросе к студентам: «Все понятно?») за разъяснениями, четко формулируя имеющийся «пробел» в понимании учебного материала.

При подготовке к промежуточной аттестации необходимо получить у преподавателя перечень дидактических единиц дисциплины, включенных в экзамен и электронный тест к нему.

Комплекс рекомендаций и разъяснений, позволяющих обучающемуся оптимальным образом организовать процесс изучения данной дисциплины, составляют:

1. Презентации лекционного материала.
2. Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ.

Данные материалы представлены в электронном виде, размещены на сервере вуза и доступны студентам с любого компьютера, размещенного в компьютерных классах университета.

### **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.

Цель самостоятельной работы студента при изучении данной дисциплины состоит в:

- углубленном изучении отдельных вопросов теоретической части дисциплины с использованием основной и дополнительной литературы;
- подготовке к экзамену по дисциплине.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине включает проработку лекций, чтение обязательной и дополнительной литературы, знакомство с содержанием электронных источников, самоконтроль и взаимоконтроль изучения материала.

Самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы студента выступают:

для овладения знаниями:

- чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, электронных презентаций лекционных материалов); составление плана текста;
- конспектирование текста;
- выписки из текста;

- работа со словарями и справочниками;
- составление отчетов по лабораторным работам;
- использование компьютерной техники и Интернет, и др., для закрепления и систематизации знаний:
- повторная работа над учебным материалом (электронного учебника, первоисточника, дополнительной литературы);
- составление плана и тезисов ответа на вопросы промежуточного тестового контроля; для формирования умений и навыков:
- выполнение дополнительных заданий по лабораторным работам.

Выполнение обучающимися всех видов самостоятельной работы по дисциплине обеспечивается:

- наличием помещений для СРС (компьютерные классы кафедры ИТ: а. 209, 217, 107);
- обеспечением средств вычислительной техники, программного обеспечения (компьютерные классы кафедры ИТ: а. 209, 217, 107);
- наличием учебно-методических материалов со списком рекомендуемой литературы, рекомендаций по решению задач, образцов отчетов о выполнении СРС и т.п.;
- обеспечением учебно-методической и справочной литературой самостоятельной работы (методические указания по выполнению лабораторных работ, контрольных работ).

Данные материалы представлены в электронном виде, размещены на сервере вуза и доступны студентам с любого компьютера, размещенного в компьютерных классах факультета.

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

Для обеспечения выполнения самостоятельной работы по дисциплине студенты обеспечиваются:

- учебной, учебно-методической и справочной литературой;
- доступом к средствам ИВТ и необходимому программному обеспечению.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и электронной информационно-образовательной среде университета. Доступ осуществляется из читальных залов библиотеки, оснащенных оборудованными рабочими местами, из компьютерных классов.

### **5.3. Особенности преподавания дисциплины**

Преподавание дисциплины ведется с применением элементов следующих видов образовательных технологий: Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- по видам учебной работы:
- лекция-презентация с элементами дискуссии;
- самостоятельная работа студентов;
- организация и проведение консультаций;
- проведение экзамена.

Для проведения лекций занятий используются: информационные технологии:

- презентации лекций (слайды MS Power Point), используются вовремя лекций;
- использование электронных образовательных ресурсов (электронный конспект, размещенный во внутренней сети) при подготовке к лекциям;
- информационно-коммуникационных технологий, установленных в лабораторных компьютерных классах;
- программного обеспечения;
- контекстное обучение:

- знания, умения, навыки даются не как предмет для запоминания, а в качестве средства решения профессиональных задач.

### **5.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Лекционные занятия:

- комплект электронных презентаций/слайдов;

- презентационная техника кафедры (проектор, экран, компьютер/ноутбук).
- 2. Лабораторные занятия: компьютерный класс, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук), пакеты программного обеспечения (ПО) общего назначения (текстовые редакторы, графические редакторы).

Прочее:

- 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.

Основная форма занятий – лекции и практические занятия. Кроме того, предполагается большая часть самостоятельной работы студентов по освоению теоретического материала. В процессе аудиторных занятий задействуются преимущества новейших мультимедийных технологий (проектор, ноутбук, экран).

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.

Таблица 6 – Перечень программного обеспечения

№	Перечень ПО
1	<i>Microsoft Windows</i>
2	<i>Архиватор 7-zip.</i>
3	<i>Справочно-правовая система Консультант Плюс</i>

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 также 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**  
**09.03.03 Прикладная информатика, Цифровые технологии в аналитической деятельности**

**АННОТАЦИЯ**

рабочей программы дисциплины

Интернет-маркетинг в цифровой среде

к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Очная форма обучения

<b>Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)</b>	3/108
<b>Цель изучения дисциплины</b>	формирование у студентов знаний, умений и навыков применения технологий реализации интернет-маркетинга, использования методов интернет-рекламы, ее инструментария при работе на различных сегментах рынка, а также о необходимости, возможностях и путях создания корпоративных сайтов как основных компонентов маркетинговых стратегий в современном бизнесе.
<b>Содержание дисциплины</b>	Тема 1. Введение в интернет -маркетинг Тема 2. Цифровой маркетинг и электронный бизнес Тема 3. Маркетинговые функции Интернет сайтов Тема 4. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа Тема 5. Управление проектами в интернет-маркетинге. Тема 6. Создание и оптимизация сайта. Тема 7. Показатели эффективности цифрового маркетинга, определяемые поисковыми системами.
<b>Формируемые компетенции (коды)</b>	ПК-6
<b>Коды и наименование индикатора достижения компетенции</b>	ПК-6.2 Формирует возможные решения на основе системы целевых показателей; ПК-6.3 Анализирует и обосновывает выбор управленческих решений
<b>Дисциплины, участвующие в формировании компетенции</b>	Экономическая теория (продвинутый уровень) Цифровые финансы Современный инструментарий бизнес-аналитики Государственное регулирование использования цифровой экономики Бизнес-планирование Основы фундаментального и технического анализа Эконометрика Экономико-математическое моделирование Информационные системы в бухгалтерском учете и налогообложении Предметно-ориентированные экономические информационные системы Информационные системы управления производственной компании Системы поддержки принятия решений Электронная коммерция и цифровые рынки Электронные платежные системы Преддипломная практика
<b>Образовательные технологии</b>	- Лекция; Лабораторная работа в форме практической подготовке; Самостоятельная работа студента
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	Зачет