

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Исаков Ирлан Жангазыевич

Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: Ректор

«Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС»

Дата подписания: 03.02.2023 00:33:36

Уникальный программный ключ:

a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Интернет-маркетинг

*(наименование дисциплины)*

**Направление подготовки 38.03.06 – Торговое дело**

**Квалификация выпускника Бакалавр**

**Направленность (профиль) Маркетинг в торговой деятельности**

2022 г.

## 1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

**ОПК-5.** Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
<b>ИД-1 (ОПК-5).</b> Демонстрирует навыки владения современными программными средствами и информационно-коммуникационными технологиями в профессиональной деятельности	<i>знает</i>
	<b>РО-1 ИД-1 (ОПК-5)</b> специфику интернет-маркетинга;
	<i>умеет</i>
	<b>РО-2 ИД-1 (ОПК-5)</b> пользоваться различными инструментами интернет-маркетинга;
<b>ИД-2 (ОПК-5).</b> Решает стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной культуры с применением инструментов сети Интернет	<i>умеет</i>
	<b>РО-1 ИД-2 (ОПК-5)</b> разрабатывать стратегию интернет-маркетинга;
	<i>владеет</i>
	<b>РО-2 ИД-2 (ОПК-5)</b> навыками веб-аналитики и анализа эффективности маркетинговых кампаний в сети Интернет;

## 2. Объем дисциплины в зачетных единицах

Объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

## 3. Содержание дисциплины

**Обзор инструментов интернет-маркетинга.** Сущность и история развития интернет. Особенности маркетинга в интернет. Интернет как новая информационная среда. Функциональное назначение и ресурсы Интернет. Электронный бизнес и электронная коммерция. Виртуальное маркетинговое пространство и технологии Интернет в маркетинге. Сайт организации как инструмент маркетинга.

**Разработка стратегии интернет-маркетинга.** Этапы построения системы маркетинга на основе сайта организации. Необходимые интернет-сервисы для создания сайта. Лидогенерация как направление в интернет-маркетинге. Виды лидов и способы оплаты. Источники лидов. Разработка посадочных страниц и модели взращивания лидов на разных типах площадок. Особенности работы партнерских программ. Методика повышения качества лидов.

**E-mail маркетинг.** Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем. Тренды современного E-mail маркетинга. Стратегия

сегментации. Экономическая эффективность массовых рассылок. Получатели спам рассылок и их списки. Способы получения спам листа.

**Создание и оптимизация сайта.** Планирование Web-сайта. Реализация Web-сайта. Привлечение пользователей на Web-сайт. 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

**Маркетинг в социальных сетях и новых медиа** 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.

**Управление проектами в интернет-маркетинге.** 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.

**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. Ретаргетинг. Медийная реклама: виды площадок. Медиабаинг. Таргетированная реклама. Поведенческие технологии.

**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 Google Analytics для анализа эффективности рекламных кампаний. Карта кликов от Яндекс.Метрики.

#### **4. Методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины, включая самостоятельную работу обучающихся**

Самостоятельная работа студентов включает усвоение теоретического материала, подготовку к практическим занятиям, выполнение самостоятельных заданий, в том числе домашние задания, изучение литературных источников, использование Интернет-данных, изучение нормативно-правовой базы, подготовку к текущему контролю знаний, к промежуточной аттестации.

##### **Вопросы для самоконтроля**

##### ***Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга.***

Вопросы для подготовки:

1. Сущность лэндинга. Виды и методы создания.
2. Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C).
3. Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки.
4. Модели поведения посетителей сайтов.
5. Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет с электронным кошельком: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька).

6. Службы Интернет и их характеристика

**Тема 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга.**

Примерные вопросы:

1. Понятие и преимущества лидогенерации. Основные понятия.
2. Виды лидов
3. Лидогенерация как бизнес-процесс
4. Методы лидогенерации.
5. Маркетинговое обеспечение лидогенерации.

**Тема 3. E-mail маркетинг.**

Примерные вопросы:

Задание. 1. Разработать информационное письмо для проведения научной конференции, выставки или другого событийного мероприятия.

2. Осуществить рассылку.
3. Этапы работы оформить в виде презентации в Power Point.

**Тема 4. Создание и оптимизация сайта. Презентация**

Примерные вопросы:

Задание 1. Используя платформу WordPress создать многостраничный сайт.

2. Разработать семантическое ядро и контент.

Тема 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа презентация

Примерные вопросы: Задание . 1. Зарегистрироваться в одной из социальных сетей.

2. Создать сообщество. Подготовить контент.
3. Разработать стратегию продвижения группы.
4. Разработать рекламную или PR кампанию по продвижения товаров и услуг с использованием мессенджеров (WhatsApp, Viber, Facebook Messenger, Telegram, Skype, ICQ, Google Hangouts)
5. Результаты представить в виде презентации в Power Point

**5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

**Основная:**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 352 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573342> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02474-0. – Текст : электронный.

2. Катаев, А.В. Интернет-маркетинг : учебное пособие / А.В. Катаев, Т.М. Катаева ; Министерство науки и высшего образования РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южный федеральный университет», Инженерно-технологическая академия. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2018. – 154 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-2673-4. – Текст : электронный.

**Дополнительная:**

1. Москалев, С.М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе : учебное пособие / С.М. Москалев ; Министерство сельского хозяйства РФ, Санкт-Петербургский

государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. – 101 с. : ил.  
– Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491717> –  
Библиогр. в кн. – Текст : электронный.

## **6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины**

1. <http://biblioclub.ru/> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека Онлайн»
2. <http://www.iprbookshop.ru/> – электронная библиотечная система IPR BOOKS

## **7. Лицензионное программное обеспечение**

- MS Windows 7 Профессиональная
- MS Windows 10 Pro
- MS Office 2010
- VS Office 2013
- MS Office 2016
- Moodle 3.8.2.

## **8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

В зависимости от вида проводимых учебных занятий и форм осуществления образовательной деятельности по соответствующей образовательной программе используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа (укомплектованные специализированной мебелью и оборудованные техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории, а также имеющие наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин);

- учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа (с типовым оборудованием, обеспечивающим применение современных информационных технологий, и наглядными пособиями);

- специальные помещения для проведения занятий по дисциплине (в т.ч. лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности), а именно: \_\_\_\_\_;

- компьютерные классы с демонстрационно-обучающими и обучающе-контролирующими возможностями, доступом к базам данных и Интернет;

- кабинет для занятий по иностранному языку (оснащенный лингафонным оборудованием);

- учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций;

- учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации;

- помещения для самостоятельной работы обучающихся (оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации);

- библиотека (имеющая читальные залы и рабочие места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности. При необходимости обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.