



АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.04.02. «Интернет-маркетинг»
Направление подготовки бакалавриат 38.03.01 Экономика
профиль – Цифровая экономика

1.	Цель изучения дисциплины Целями освоения дисциплины «Интернет-маркетинг» являются: формирование у студентов базовых теоретических и практических знаний, необходимых для осуществления анализа, бизнес планирования и продвижения Интернет-проектов; развитие интереса к Интернет-маркетингу как всеобъемлющей дисциплине, охватывающей все этапы жизни любого Интернет-проекта; формирование знаний и умений пользования современного инструментария планирования, контроля и развития Интернет-проектов.		
2.	Место дисциплины в структуре ОПОП ВО бакалавриата Дисциплина «Интернет-маркетинг» включена в вариативную часть дисциплин по выбору Б1.В.ДВ.04.02. основной профессиональной образовательной программы академического бакалавриата по направлению подготовки 38.03.01. «Экономика», профиль Цифровая экономика, изучается в 6 семестре.		
3.	Результаты освоения дисциплины (модуля)		
	Код и наименование компетенций	Индикаторы	Дескрипторы
	Универсальные компетенции (УК) профессиональные компетенции (ПК)		
	ПК-1. Способен создавать новые бизнес-модели в условиях цифровизации бизнеса	ПК-1. Выявляет особенности, ограничения и возможности текущей бизнес-модели компании	Знать : - основные принципы создания новых бизнес-моделей в условиях цифровизации бизнеса Уметь: - разрабатывать и обосновать варианты целевых бизнес-моделей компании, в основе которых лежит применение цифровых технологий Владеть - способностью создания новых бизнес-моделей в условиях цифровизации бизнеса



	ПК- 1.2. Разрабатывает и обосновывает варианты целевых бизнес-моделей компании, в основе которых лежит применение цифровых технологий	Знать: -математические методы цифровой трансформации; -методы конструирования алгоритмов цифровой трансформации; -критерии оценки результата в области цифровой трансформации; Уметь: -формулировать цели и задачи цифровой трансформации, -применять методы имитационного моделирования; -измерять показатели бизнес-процессов; Владеть: -навыками применения математических методов в цифровой трансформации, -навыками построения цифровых моделей бизнес-процессов, -навыками оценки бизнес-процессов			
ПК-2 Способен управлять процессами цифровой трансформации бизнеса	ПК2. И1. Проектирует оптимальную модель управления процессом цифровой трансформации, опираясь на результаты анализа готовности компании к цифровым преобразованиям	Знать: -математические методы цифровой трансформации; -методы конструирования алгоритмов цифровой трансформации; -критерии оценки результата в области цифровой трансформации; Уметь: -формулировать цели и задачи цифровой трансформации, -применять методы имитационного моделирования; -измерять показатели бизнес-процессов; Владеть: -навыками применения математических методов в цифровой трансформации, -навыками построения цифровых моделей бизнес-процессов, -навыками оценки бизнес-процессов.			
4.	Структура и содержание дисциплины				
4.1. Структура дисциплины (модуля)					
Вид учебной работы		Всего	Порядковый номер семестра		
			6		
Общая трудоемкость дисциплины всего (в з.е.), в том числе:		4 з.е.			
Курсовой проект (работа)		не предусмотрено			
Аудиторные занятия всего (в акад. часах), в том числе:		50	50		



Лекции	34	34			
Практические занятия, семинары	16	16			
Лабораторные работы					
Самостоятельная работа всего (в акад. часах), в том числе:	94	94			
КСР					
Экзамен					
Общая трудоемкость дисциплины	144	144			

Структура и содержание дисциплины

4.1.1. Структура дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего	Порядковый номер семестра			
		6			
Общая трудоемкость дисциплины всего (в з.е.), в том числе:	4 з.е.				
Курсовой проект (работа)	не предусмотрено				
Аудиторные занятия всего (в акад. часах), в том числе:	32	32			
Лекции	16	16			
Практические занятия, семинары	16	16			
Лабораторные работы					
Самостоятельная работа всего (в акад. часах), в том числе:	112	112			
КСР					
Экзамен					
Общая трудоемкость дисциплины	144	144			

4.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Значение маркетинговой деятельности в сети Интернет.

Понятие и структура интернет-маркетинга. Глобальная сеть Интернет как универсальный телекоммуникационный канал. Значение маркетинговой деятельности в Интернете для современных организаций. Персонализация в маркетинге

Тема 2. Основные современные методы контент-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.

Тема 3. Баннерная реклама, Call-tracking (коллтрекинг) и сторителлинг.

Баннеры как вид рекламы: специфика разработки. Технологии баннерной рекламы. Практика использования баннерной рекламы. Достоинства и недостатки баннерного обмена. Эффект выгорания баннерной рекламы. Повышение эффективности баннерной рекламы. Возможности и принципы работы коллтрекинга. Технологии применяемые при коллтрекинге. Цели и задачи сторителлинга.



Тема 4. Поисковая реклама E-mail реклама.

Участие в рейтингах и регистрации в каталогах. Обмен ссылками. Партнерские программы. Обмен ссылками, профайлинг и персонализация в интернет-рекламе. Оценка уровня конкуренции при поисковой оптимизации. Анализ коммерческого потенциала посетителя. Развитие мобильного контекста. Новые типы и форматы рекламы. Совместное использование контекстной рекламы и SEO.

Тема 5. E-mail реклама.

Определение, преимущества, инструменты. Разновидности писем, сбор базы данных подписчиков. Списки рассылки. Дискуссионные листы. Спам. Понятие и принципы вирусного маркетинга. Вирусный маркетинг и соблюдение прав пользователей на частную жизнь. Спонсорские программы и другие направления использования методов вирусного маркетинга. Двухэтапная подписка, сплит-тестирование

Тема 6. Создание и оптимизация сайта.

Планирование 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

Тема 7. Оценка эффективности мероприятий Интернет маркетинга.

Понятие эффективности мероприятий интернет-маркетинга. Демонстрация рекламного сообщения. Общим показателем эффективности стадии является индекс осведомленности A W.Разновидностью параметров оценки коммуникационной осведомленности.Привлечение внимания. Контакт или посещение веб-сайта. Редирект — рекламный трюк. Коммуникационный эффект с позиции пользовательской оценки.

	Образовательные технологии
	При подготовке используются следующие основные формы проведения учебных занятий: <ul style="list-style-type: none">• интерактивные лекции;• лекции-пресс конференции;• тренинги и семинары по развитию профессиональных навыков;• групповые, научные дискуссии, дебаты.
6.	Используемые ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Internet»; информационные технологии, программные средства и информационно-справочные системы



	<ol style="list-style-type: none">1. http://www.government.ru/ - Интернет-портал Правительства Российской Федерации.2. http://www.economy.gov.ru/mines/main - Министерство экономического развития РФ.3. http://www.gks.ru/ - Федеральная служба государственной статистики.4. http://www.minfin.ru/ru/ - Министерство финансов Российской Федерации.5. http://finanal.ru/ - Финансовая аналитика. Публикации.6. http://www.rbc.ru - Росбизнесконсалтинг7. http://cfin.ru/ — Корпоративные финансы. Теория и практика финансового анализа, инвестиции, менеджмент, финансы, журналы и книги, бизнес-планы реальных предприятий, программы инвестиционного анализа и управления проектами, маркетинг и реклама.8. http://www.dis.ru — Издательская группа «Дело и Сервис». Электронные версии журналов9. http://www.lin.ru — Финансовая отчетность эмитентов ценных бумаг10. http://pravcons.ru/ — Правовой консультант юриста, финансиста, бухгалтера, налогового, директора.11. http://www.economicus.ru/-- Образовательно-справочный сайт по экономике. http://www.economy.bsu.by/vep/site/rb/services/educ/ecres/ecres.html - Ресурсы интернет для экономистов.12. e-Library.ru [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека. – URL: http://elibrary.ru/ (дата обращения 11.05.2018).13. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. – URL: http://www.iprbookshop.ru/ (дата обращения 11.05.2018). – Доступ к системе согласно правилам ЭБС и договором университета с ЭБС.
7.	Формы текущего контроля <ol style="list-style-type: none">1. Тестовые задания.2. Примерные темы докладов и выступлений.3. Контрольные вопросы.4. Вопросы для самопроверки.5. Перечень вопросов для подготовки к экзамену.6. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины.
8.	Форма промежуточного контроля Экзамен

Разработчик:

