



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

1.	<b>Цель изучения дисциплины</b>  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.	<b>Место дисциплины в структуре ОПОП ВО бакалавриата</b> 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.	<b>Результаты освоения дисциплины (модуля)</b>		
	<b>Код и наименование компетенций</b>	<b>Индикаторы</b>	<b>Дескрипторы</b>
	<b>Универсальные компетенции (УК) профессиональные компетенции (ПК)</b>		
	<b>ПК-1.</b> Способен создавать новые бизнес-модели в условиях цифровизации бизнеса	ПК-1. Выявляет особенности, ограничения и возможности текущей бизнес-модели компании	<b>Знать :</b> - основные принципы создания новых бизнес-моделей в условиях цифровизации бизнеса <b>Уметь:</b> - разрабатывать и обосновать варианты целевых бизнес-моделей компании, в основе которых лежит применение цифровых технологий <b>Владеть</b> - 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	<b>Знать:</b> -математические методы цифровой трансформации; -методы конструирования алгоритмов цифровой трансформации; -критерии оценки результата в области цифровой трансформации; <b>Уметь:</b> -формулировать цели и задачи цифровой трансформации, -применять методы имитационного моделирования; -измерять показатели бизнес-процессов; <b>Владеть:</b> -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	<b>Знать:</b> -математические методы цифровой трансформации; -методы конструирования алгоритмов цифровой трансформации; -критерии оценки результата в области цифровой трансформации; <b>Уметь:</b> -формулировать цели и задачи цифровой трансформации, -применять методы имитационного моделирования; -измерять показатели бизнес-процессов; <b>Владеть:</b> -навыками применения математических методов в цифровой трансформации, -навыками построения цифровых моделей бизнес-процессов, -навыками оценки бизнес-процессов.
4.	<b>Структура и содержание дисциплины</b>		
	<b>4.1. Структура дисциплины (модуля) , очная форма</b>		
	<b>Вид учебной работы</b>	<b>Всего</b>	<b>Порядковый номер семестра</b>
			<b>6</b>
	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), очно-заочная форма

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			

#### Структура и содержание дисциплины

##### 4.1.1. Структура дисциплины (модуля), ускоренная форма

Вид учебной работы	Всего	Порядковый номер семестра			
		4			
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					
Лабораторные работы	16	16			
Самостоятельная работа всего (в акад. часах), в том числе:	85	85			
КСР					
Экзамен	27	27			
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.



	<p><b>Образовательные технологии</b></p> <p>При подготовке используются следующие основные формы проведения учебных занятий:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• интерактивные лекции;</li> <li>• лекции-пресс конференции;</li> <li>• тренинги и семинары по развитию профессиональных навыков;</li> <li>• групповые, научные дискуссии, дебаты.</li> </ul>
6.	<p><b>Используемые ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Internet»; информационные технологии, программные средства и информационно-справочные системы</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <a href="http://www.government.ru/">http://www.government.ru/</a> - Интернет-портал Правительства Российской Федерации.</li> <li>2. <a href="http://www.economy.gov.ru/mines/main">http://www.economy.gov.ru/mines/main</a> - Министерство экономического развития РФ.</li> <li>3. <a href="http://www.gks.ru/">http://www.gks.ru/</a> - Федеральная служба государственной статистики.</li> <li>4. <a href="http://www.minfin.ru/ru/">http://www.minfin.ru/ru/</a> - Министерство финансов Российской Федерации.</li> <li>5. <a href="http://finanal.ru/">http://finanal.ru/</a> - Финансовая аналитика. Публикации.</li> <li>6. <a href="http://www.rbc.ru">http://www.rbc.ru</a> - Росбизнесконсалтинг</li> <li>7. <a href="http://cfm.ru/">http://cfm.ru/</a> — 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.</li> <li>8. <a href="http://www.dis.ru">http://www.dis.ru</a> — Издательская группа «Дело и Сервис». Электронные версии журналов</li> <li>9. <a href="http://www.lin.ru">http://www.lin.ru</a> — Финансовая отчетность эмитентов ценных бумаг</li> <li>10. <a href="http://pravcons.ru/">http://pravcons.ru/</a> — Правовой консультант юриста, финансиста, бухгалтера, налогового, директора.</li> <li>11. <a href="http://www.economicus.ru/">http://www.economicus.ru/</a> -- Образовательно-справочный сайт по экономике. <a href="http://www.economy.bsu.by/vep/site/rb/services/educ/ecres/ecres.html">http://www.economy.bsu.by/vep/site/rb/services/educ/ecres/ecres.html</a> - Ресурсы интернет для экономистов.</li> <li>12. e-Library.ru [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека. – URL: <a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> (дата обращения 11.05.2018).</li> <li>13. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. – URL: <a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a> (дата обращения 11.05.2018). – Доступ к системе согласно правилам ЭБС и договором университета с ЭБС.</li> </ol>
7.	<p><b>Формы текущего контроля</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Тестовые задания.</li> <li>2. Примерные темы докладов и выступлений.</li> <li>3. Контрольные вопросы.</li> <li>4. Вопросы для самопроверки.</li> <li>5. Перечень вопросов для подготовки к экзамену.</li> <li>6. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины.</li> </ol>
8.	<p><b>Форма промежуточного контроля</b></p> <p>Экзамен</p>

