

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНГУШСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ
КАФЕДРА ЦИФРОВОЙ И ОТРАСЛЕВОЙ ЭКОНОМИКИ**

СОГЛАСОВАНО

Руководитель образовательной программы

_____/М.А.Орцханова

от «21» _____ мая _____ 2024г.

УТВЕРЖДАЮ

И.о.декана факультета
экономики и управления

_____/ М.Ш. Мержо

от «22» _____ мая _____ 2024г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.04.02. Интернет-маркетинг

Направление подготовки

38.03.01 Экономика

Направленность (профиль)

Профиль «Цифровая экономика»

Квалификация выпускника

бакалавр

Форма обучения

Очная, очно – заочная, ускоренная

МАГАС, 2024 г.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, профиль «Цифровая экономика» (уровень высшего образования), утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от «12» августа 2020г. №954.

Программу составил:

к.э.н., доцент кафедры цифровой и отраслевой экономики Кокурхаева Р.М-Б.
(должность, Ф.И.О.)

Программа одобрена на заседании кафедры «Цифровая и отраслевая экономика»
Протокол № 8 от «21» мая 2024 года

Программа одобрена Учебно-методическим советом факультета экономики и управления
Протокол № 9 от «22» мая 2024 года

1. Цели и задачи освоения 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 современным инструментария планирования, контроля и развития Интернет-проектов.

Задачи :

- приобретение компетенций, позволяющих активно и творчески участвовать в разработке проектов и практическом применении современных концепций, методов и моделей Интернет-маркетинга;
- овладение знаниями и навыками, необходимыми для постановки и практического решения маркетинговых задач в сети Интернет.

Формируемые дисциплиной знания и умения готовят выпускника данной образовательной программы к выполнению следующих обобщенных трудовых функций (трудовых функций):

Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	Код	Наименование	Уровень квалификации	Наименование	Код	Уровень (подуровень) квалификации
08.037 Бизнес-аналитик	D	Обоснование Решений	6	Формирование возможных решений на основе разработанных для них целевых показателей	D/01.6	6
				Анализ, обоснование и выбор решения	D/01.6	6

2. Место дисциплины в структуре ОПОП 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. Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении последующих дисциплин:

«Коммерциализация Start-up идей»,

«SMM-продвижение», «Информационные технологии в реинжиниринге бизнес-процессов».

Результаты освоения дисциплины (модуля)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению:

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикатор достижения компетенции (закрепленный за дисциплиной)	В результате освоения дисциплины обучающийся должен:
ПК-1	Способен создавать новые бизнес-модели в условиях цифровизации бизнеса	ПК-1.1 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;

			<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -формулировать цели и задачи цифровой трансформации, -применять методы имитационного моделирования; -измерять показатели бизнес-процессов; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -навыками применения математических методов в цифровой трансформации, -навыками построения цифровых моделей бизнес-процессов, -навыками оценки бизнес-процессов
ПК-2	Способность управлять процессами цифрой трансформации бизнеса	ПК2. И1. Проектирует оптимальную модель управления процессом цифровой трансформации, опираясь на результаты анализа готовности компании к цифровым преобразованиям	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -математические методы цифровой трансформации; -методы конструирования -критерии оценки результата в области цифровой трансформации; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -формулировать цели и задачи цифровой трансформации, -применять методы имитационного моделирования; -измерять показатели бизнес-процессов; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -навыками применения математических методов в цифровой трансформации, -навыками построения цифровых моделей бизнес-процессов, -навыками оценки бизнес-процессов.

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1. Структура дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Очная форма

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)									Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)						
			Контактная работа					Самостоятельная работа										
			Всего	Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Др. виды контакт. работы	Всего	Курсовая работа(проект)	Подготовка к экзамену	Другие виды самостоятельной работы	Собеседование	Коллоквиум	Проверка тестов	Проверка контрольных работ	Проверка реферата	Проверка эссе и иных творческих работ	курсовая работа
1.	Значение маркетинговой деятельности в сети Интернет.	6	6	4		2		7			7	+		+		+	+	
2.	Основные современные методы контент-маркетинга.		7	5		2		10			10	+		+		+	+	
3.	Баннерная реклама, Call-tracking (коллтрекинг) и сторителлинг.		7	5		2		10			10	+		+		+	+	
4.	Поисковая реклама E-mail реклама.		7	5		2		10			10	+		+		+	+	
5.	E-mail реклама.		7	5		2		10			10	+		+		+	+	
6.	Создание и оптимизация сайта.		7	5		2		10			10	+		+		+	+	
7.	Оценка эффективности мероприятий Интернет маркетинга.		9	5		4		10			10	+		+		+	+	
	Экзамен		27															
	Общая трудоемкость, в		77	34		16		67			67							
												Промежуточная						

	Общая трудоемкость, в		32	16		16		85		85							
												Промежуточная					
												Форма					
												Зачет					
												Зачет с оценкой					
												Экзамен					+

Очно-заочная форма (ускоренное обучение)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)								Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)							
			Контактная работа					Самостоятельная работа										
			Всего	Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Др. виды контакт. работы	Всего	Курсовая работа(проект)	Подготовка к экзамену	Другие виды самостоятельной работы	Собеседование	Коллоквиум	Проверка тестов	Проверка контрольных работ	Проверка реферата	Проверка эссе и иных творческих работ	курсовая работа
1.	Значение маркетинговой деятельности в сети Интернет.	4	4	2		2		12			12	+					+	
2.	Основные современные методы контент-маркетинга.		4	2		2		12			12	+					+	
3.	Баннерная реклама, Call-tracking (коллтрекинг) и сторителлинг.		4	2		2		12			12	+					+	
4.	Поисковая реклама E-mail реклама.		4	2		2		12			12	+					+	
5.	E-mail реклама.		4	2		2		12			12	+					+	
6.	Создание и оптимизация сайта.		4	2		2		12			12	+					+	

7.	Оценка эффективности мероприятий Интернет маркетинга.		8	4		4		13		13	+					+	
	Экзамен		27														
	Общая трудоемкость, в		59	16		16		85		85							
												Промежуточная					
												Форма					
												Зачет					
												Зачет с оценкой					
												Экзамен					+

4.2. Содержание дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
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.
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.
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.

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

5. Образовательные технологии

Образовательный процесс по дисциплине организован в форме учебных занятий (контактная работа (аудиторной и внеаудиторной) обучающихся с преподавателем и самостоятельная работа обучающихся). Учебные занятия представлены следующими видами, включая учебные занятия, направленные на проведение текущего контроля успеваемости:

- лекции (занятия лекционного типа);
- семинары, практические занятия (занятия семинарского типа);
- групповые консультации;
- индивидуальные консультации и иные учебные занятия, предусматривающие индивидуальную работу преподавателя с обучающимся;
- самостоятельная работа обучающихся;

– занятия иных видов.

На учебных занятиях обучающиеся выполняют запланированные настоящей программой отдельные виды учебных работ. Учебное задание (работа) считается выполненным, если оно оценено преподавателем положительно.

В рамках самостоятельной работы обучающиеся осуществляют теоретическое изучение дисциплины с учётом лекционного материала, готовятся к практическим занятиям, выполняют домашнее задания, осуществляют подготовку к промежуточной аттестации.

Содержание дисциплины, виды, темы учебных занятий и форм контрольных мероприятий дисциплины представлены в разделе 4 настоящей программы и фонде оценочных средств по дисциплине.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

6.1. План самостоятельной работы студентов

№	Тема	Вид самостоятельной работы	Рекомендуемая литература	Количество часов	
				оо	озо
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>	<i>гр.4</i>		
1.	Значение маркетинговой деятельности в сети Интернет.	Подготовка к научному докладу Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О: [1-2] Д: [3-10]	7	12
2.	Основные современные методы контент-маркетинга.	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О: [1-2] Д: [3-10]	10	12
3.	Баннерная реклама, Call-tracking (коллтрекинг) и сторителлинг.	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О: [1-2] Д: [3-10]	10	12
4.	Поисковая реклама E-mail	Подготовка к практическим занятиям по вопросам,	О: [1-2]	10	12

	реклама.	предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	Д: [3-10]		
5.	E-mail реклама.	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О: [1-2] Д: [3-10]	10	12
6.	Создание и оптимизация сайта.	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О: [1-2] Д: [3-10]	10	12
7.	Оценка эффективности мероприятий Интернет маркетинга.	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О: [1-2] Д: [3-10]	10	13

Примечание: О: – основная литература, Д: – дополнительная литература; в скобках – порядковый номер по списку

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Система накопления результатов выполнения заданий позволит вам создать копилку знаний, умений и навыков, которую можно использовать как при прохождении практики, так и в будущей профессиональной деятельности.

6.2. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа, наряду с лекционным курсом и практическими занятиями, является неотъемлемой частью изучения курса. Приступая к изучению дисциплины, студенты должны ознакомиться с учебной программой, учебной, научной и методической литературой, имеющейся в библиотеке, получить в библиотеке рекомендованные учебники и учебно-методические пособия, завести тетради для конспектирования лекций и практических занятий. В ходе самостоятельной работы изучить основную литературу,

ознакомиться с дополнительной литературой, научные статьи и прочими материалами по дисциплине. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар.

Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю. При подготовке к зачету повторять пройденный материал в строгом соответствии с учебной программой, примерным перечнем учебных вопросов, выносящихся на зачет и содержащихся в данной программе. Использовать конспект лекций и литературу, рекомендованную преподавателем. Обратит особое внимание на темы учебных занятий, пропущенных студентом по разным причинам. При необходимости обратиться за консультацией и методической помощью к преподавателю.

В процесс освоения дисциплины выделяют два вида самостоятельной работы:

- аудиторная;
- внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях поднепосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Содержание внеаудиторной самостоятельной работы определяется в соответствии с рекомендуемыми видами заданий согласно рабочей программе учебной дисциплины. Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, дополнительной литературы), составление плана текста, конспектирование текста, выписки из текста, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.
- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом, (составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради, аналитическая обработка текста), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на семинаре, подготовка реферата, тестирование и др.
- для формирования умений: решение практических ситуаций и заданий, подготовка к деловым играм, решение тестов и т.д.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

6.3. Материалы для проведения текущего и промежуточного контроля знаний студентов

Текущая аттестация по дисциплине (модулю). Оценивание обучающегося на занятиях осуществляется в соответствии с положением о текущей аттестации обучающихся в университете.

По итогам текущей аттестации, ведущий преподаватель (лектор) осуществляет допуск обучающегося к промежуточной аттестации.

Допуск к промежуточной аттестации по дисциплине (модулю). Обучающийся допускается к промежуточной аттестации по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных настоящей программой дисциплины в полном объеме. Преподаватель имеет право изменять количество и содержание заданий, выдаваемых обучающимся (обучающемуся), исходя из контингента (уровня подготовленности).

Допуск обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине осуществляет преподаватель, ведущий семинарские (практические) занятия.

Обучающийся, имеющий учебные (академические) задолженности (пропуски учебных занятий, не выполнивший успешно задания(е)) обязан отработать их в полном объеме.

Отработка учебных (академических) задолженностей по дисциплине (модулю). В случае наличия учебной (академической) задолженности по дисциплине, обучающийся отрабатывает пропущенные занятия и выполняет запланированные и выданные преподавателем задания. Отработка проводится в период семестрового обучения или в период сессии согласно графику (расписанию) консультаций преподавателя.

Обучающийся, пропустивший *лекционное занятие*, обязан предоставить преподавателю реферативный конспект соответствующего раздела учебной и монографической литературы (основной и дополнительной) по рассматриваемым вопросам в соответствии с настоящей программой.

Обучающийся, пропустивший *практическое занятие*, отрабатывает его в форме реферативного конспекта соответствующего раздела учебной и монографической литературы (основной и дополнительной) по рассматриваемым на *практическом* занятии вопросам в соответствии с настоящей программой или в форме, предложенной преподавателем. Кроме того, выполняет все учебные задания. Учебное задание считается выполненным, если оно оценено преподавателем положительно.

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю). Формой промежуточной аттестации по дисциплине определен Экзамен.

Промежуточный контроль (экзамен) предназначен для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины. Форма промежуточной аттестации по дисциплине определяется рабочим учебным планом.

Итоговая оценка определяется на основании результатов, полученных при текущей аттестации, или по результатам промежуточной аттестации.

Экзамен является заключительным этапом процесса формирования компетенций студента при изучении дисциплины или её части и имеет целью проверку и оценку знаний студентов по теории и применению полученных знаний, умений и навыков.

Экзамен принимается преподавателем, ведущим лекционные занятия. В отдельных случаях при большом количестве групп у одного лектора или при большой численности группы с разрешения заведующего кафедрой допускается привлечение в помощь основному лектору преподавателя, проводившего практические занятия в группах.

Экзамен проводится только при предъявлении студентом зачетной книжки и при условии выполнения всех контрольных мероприятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой по изучаемой дисциплине.

Студентам на зачете предоставляется право выбрать один из билетов. Время подготовки к ответу составляет 30 минут. По истечении установленного времени студент должен ответить на вопросы экзаменационного билета.

При оценке ответа студента на вопрос билета преподаватель руководствуется следующими критериями:

- полнота и правильность ответа;
- степень осознанности, понимания изученного;
- языковое оформление ответа.

В зачетную книжку заносятся только положительные оценки. Подписанный преподавателем экземпляр ведомости сдаётся не позднее следующего дня в деканат, а второй хранится на кафедре.

В случае неявки на экзамен в экзаменационной ведомости делается отметка «не явился».

Студенты не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

Материалы для проведения текущего контроля знаний и промежуточной аттестации составляют отдельный документ – Фонд оценочных средств по дисциплине (см.приложение)

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Вопросы для подготовки к практическим занятиям

1. Предпосылки развития интернет-маркетинга.
2. Правовое регулирование интернет-маркетинга в России и за рубежом.
3. Основные субъекты интернет-маркетинга
4. Основные понятия и категории интернет-маркетинга.
5. Критерии эффективного сайта. Элементы сайта
6. Дизайн сайта. Расположение блоков. Красота и функциональность.
7. Кроссбраузерность. Адаптивная верстка.
8. Контент сайта. Требования к наполнению сайта. Юзабилити и его значение.
9. Понятие продвижения. Поисковая оптимизация.
10. Ссылочная масса. Семантическое ядро и иные понятия продвижения.

11. Способы продвижения сайтов.
12. Поисковые системы и поисковые запросы. Пассивное продвижение.
13. Выбор SEO-оптимизатора. Отчет о продвижении сайта Соцсети и их роль в интернет-маркетинге.
14. Виды социальных сетей.
15. Создание и продвижение тематической группы.
16. Реклама в социальных сетях.
17. Блог как канал продвижения и рекламы
18. Инструменты анализа сайта. Page Rank, ТИЦ и их значение.
19. Понятие конверсии сайта. Инструменты повышения конверсии.
20. Страница приземления или Целевая страница.
21. Отличие Email-маркетинга от спам - рассылки

7. Учебно-методическое и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Учебная литература:

Основная литература

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 352 с. Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=573342
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. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687>

Дополнительная литература

3. Богданова, С. В. Особенности интернет-маркетинга в России / С. В. Богданова // Социально-экономическое развитие региона: состояние, проблемы, перспективы : сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции, Ставрополь, 31 января 2019 года. – Ставрополь: Издательство «АГРУС», 2019. – С. 65-69.

4. Горохов, М. М. Интернет-маркетинг: стратегия и виды / М. М. Горохов, Д. Е. Докучаев, А. Д. Трефилова // Социально-экономическое управление: теория и практика. – 2019. – № 1(36). – С. 21-24.
5. Ермолова Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ / Н. Ермолова; ред. Н. Нарциссова. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 401 с.
6. Крюкова Е. 100+ хаков для интернет-маркетологов: как получить трафик и конвертировать его в продажи / Е. Крюкова, Д. Савельев; ред. Л. Любавина. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 303 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495615>
7. Первая книга SEO-копирайтера. Как написать текст для поисковых машин и пользователей: практическое пособие / О.И. Крохина, М.Н. Полосина, А.В. Рубель и др.; ред. Е.В. Селин, М.С. Ханина. - Москва: Инфра-Инженерия, 2012. - 216 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=144651>
8. Мышляев В.С. iМаркетинг. Работаем по системе / В.С. Мышляев. - Москва: СилаУмаПаблишер, 2014.-264с.Режим доступа <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=236760>
9. Крюкова Е. 100+ хаков для интернет-маркетологов: как получить трафик и конвертировать его в продажи / Е. Крюкова, Д. Савельев; ред. Л. Любавина. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 303 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495615>
10. Ермолова Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ / Н. Ермолова; ред. Н. Нарциссова. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 401 с.

7.2. Наряду с традиционными изданиями студенты и сотрудники имеют возможность пользоваться электронными полнотекстовыми базами данных:

Таблица 7.1.

Название ресурса	Ссылка/доступ
Электронная библиотека онлайн «Единое окно к образовательным ресурсам»	http://window.edu.ru
«Образовательный ресурс России»	http://school-collection.edu.ru
Федеральный образовательный портал: учреждения, программы, стандарты, ВУЗы, тесты ЕГЭ, ГИА	http://www.edu.ru –
Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (ФЦИОР)	http://fcior.edu.ru -
ЭБС "КОНСУЛЬТАНТ СТУДЕНТА". Электронная библиотека технического вуза	http://polpred.com/news
Издательство «Лань». Электронно-библиотечная система	http://www.studentlibrary.ru -
Русская виртуальная библиотека	http://rvb.ru –
Издательство «Лань». Электронно-библиотечная система	http://e.lanbook.com -
Еженедельник науки и образования Юга России «Академия»	http://old.rsue.ru/Academy/Archives/Index.htm
Научная электронная библиотека «e-Library»	http://elibrary.ru/defaultx.asp -
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru -
Электронно-справочная система документов в сфере	http://www.informio.ru

образования «Информиио»	
Информационно-правовая система «Гарант»	Сетевая версия, доступна со всех компьютеров в корпоративной сети ИнГГУ
Электронно-библиотечная система «Юрайт»	https://www.biblio-online.ru

7.3. Программное обеспечение

Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» как на территории университета, так и вне ее.

Университет обеспечен следующим комплектом лицензионного программного обеспечения.

1. Лицензионное программное обеспечение, используемое в ИнГГУ
 - 1.1. Microsoft Windows 7
 - 1.2. Microsoft Office 2007
 - 1.3. Программный комплекс ММИС “Визуальная Студия Тестирования”
 - 1.4. Антивирусное ПО Eset Nod32
 - 1.5. Справочно-правовая система “Гарант”

8. Материально-техническое обеспечение

Материально-техническая база университета позволяет обеспечивать качественное проведение теоретических и практических занятий.

1. Наличие компьютерных классов. Стандартно оборудованные аудитории для проведения интерактивных лекций:
видеопроектор, экран настенный и др. оборудование и специализированная учебная лаборатория с комплектом лабораторных установок для проведения для лабораторных работ.
2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся:
Видеопроектор, ноутбук, переносной экран. В компьютерном классе должны быть установлены средства MS Office, Word, Excel, PowerPoint и др.
3. Требования к специализированному оборудованию: пакет прикладных программ Microsoft Office, система программирования Embarcadero RAD Studio Berlin.

Сведения о переутверждении программы на очередной учебный год и регистрации изменений

Учебный год	Решение кафедры (№ протокола, дата)	Внесенные изменения	Подпись зав. кафедрой