

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Абдрахманов Данияр Марсипович
Должность: ректор ГБОУ ВО "БАГУ"
Дата подписания: 11.04.2023 10:53:11
Уникальный программный идентификатор:
6caf317d71a2c7d2f749ed2578795b66901352dd

Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Башкирская академия государственной службы и управления
при Главе Республики Башкортостан»

Кафедра экономической теории и социально-экономической политики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

Б1.В.ДВ.03.02 Интернет-маркетинг

Уровень высшего образования

МАГИСТРАТУРА

Направление подготовки

38.04.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность (профиль) программы

Управление социальной сферой

Форма обучения

Заочная

Уфа 2022

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.03.02 «Интернет-маркетинг» /сост. М.Ю. Неучева - Уфа: ГБОУ ВО «БАГСУ», 2022 год

Рабочая программа предназначена для обучающихся очной формы обучения по направлению подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление.

РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры экономической теории и социально-экономической политики протокол № 9 от " 29 " мая 2022 г.

Заведующий кафедрой
экономической теории и
социально-экономической политики _____ 3.Э. Сабирова

Согласовано
Руководитель ОПОП _____ 3.Э. Сабирова

@ Неучева М.Ю., 2022год
@ ГБОУ ВО «БАГСУ», 2022год

Содержание

1	Цели и задачи освоения дисциплины.....	4
2	Требования к результатам обучения по дисциплине.....	5
3	Структура и содержание дисциплины.....	5
3.1	Структура дисциплины.....	5
3.2	Содержание разделов дисциплины.....	6
3.3	Практические занятия (семинары).....	7
4	Учебно-методическое обеспечение дисциплины.....	8
4.1	Основная литература.....	8
4.2	Дополнительная литература.....	8
4.3	Периодические издания.....	8
4.4	Интернет-ресурсы.....	8
4.5	Методические указания к практическим занятиям (семинарам).....	9
4.6	Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий.....	10
5	Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	11
	Лист согласования рабочей программы дисциплины	
	Дополнения и изменения в рабочей программе дисциплины	
	Лист согласования рабочей программы дисциплины	
	Дополнения и изменения в рабочей программе дисциплины	

1 Цель и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов базовых теоретических и практических компетенций, необходимых для осуществления анализа, планирования и продвижения в среде Интернет.

Задачи:

- изучение нормативных правовых актов, основных категорий, методик и технологий Интернет-маркетинга;
- овладение умениями подготовки и проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга;
- приобретение навыков использования типовых методик и систем экономических и социально-экономических показателей для принятия обоснованных организационно- управленческих решений в Интернет-маркетинге;
- формирование навыков организации и управления Интернет-маркетингом;
- приобретение умений проектирования и управления торгово-технологическими процессами с учетом специфики применения интернет-технологий;
- приобретение навыков применения инновационных технологий в организации и управлении Интернет-маркетингом.

2 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Индикаторы компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ПК-1	Способен к принятию эффективных управленческих решений, оперативно принимать и реализовывать управленческие решения, в том числе стратегические с учетом современных маркетинговых и логистических технологий	ИПК-1.1 Знает методы принятия управленческих решений ИПК-1.2 Умеет принимать управленческие решения ИПК-1.3 Владеет технологиями принятия управленческих решений	Знать: ключевые понятия, цели и задачи Интернет-маркетинга; специфику работы маркетолога в сети Интернет Уметь: проводить анализ сегментов Интернет-пользователей; подготавливать
ПК-5	Способен формировать	ИПК-5.1 Демонстрирует	

	<p>организационную структуру проекта и закрепление функционала ответственности в проектной команде</p>	<p>знания тенденций, эволюции и современной структуры международных стандартов хозяйственной деятельности ИПК-5.2 Проявляет умения использовать принципы, методы и технологии разработки организационной структуры, адекватной стратегии, целям и задачам, осуществления распределения функций, полномочий и ответственности между исполнителями ИПК-5.3 Владеет навыками и методами анализа, планирования и организации работы органов, отвечающих за разрешение конфликтов и навыками организации командной работы</p>	<p>аналитические отчеты по всем направлениям бизнеса в Интернет (анализ рынка, оценка конкуренции, способы продвижения, подходы в работе с аудиторией, количественные показатели, источники финансирования) Владеть: Навыком использования современных инструментов, применяемых при проведении комплекса работ по Интернет-маркетингу</p>
--	--	--	---

3 Структура и содержание дисциплины

3.1 Структура дисциплины

3.1.1 Заочная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	3 семестр	всего
Общая трудоёмкость	72	72
Контактная работа:	10	10
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия (ПЗ)	6	6
Промежуточная аттестация (зачет)	4	4
Самостоятельная работа:	58	58
- выполнение тестовых заданий;	12	12
- выполнение аналитических заданий;	12	12
- подготовка к практическим занятиям;	14	14
- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала,	20	20

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	3 семестр	всего
<i>подготовка к практическим занятиям, работа с Интернет-ресурсами)</i>		
Вид итогового контроля	зачет	зачет

Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре

№ раздела	Наименование разделов (тем)	Количество часов			
		всего	аудиторная работа		внеауд. работа
			Л	ПЗ	
1	Интернет-маркетинг как часть маркетинга		2	2	28
2	Работа с интернет-аудиторией		2	4	30
	Всего		4	6	58

3.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Интернет-маркетинг как часть маркетинга

Определение Интернет-Маркетинга. Продукт, цена, площадка, продвижение. Методологические источники Интернет-Маркетинга (экономика, общая теория маркетинга, партизанский маркетинг) и смежные дисциплины (теория коммуникаций, информационный консалтинг, конкурентная разведка и пр). Поиск свободных ниш. Проверка конкурентных запросов в поисковиках. Анализ востребованности ниши. Анализ конкурентов (SWOT-матрица). Анализ западных стартапов. Выбор домена. Создание интернет-проекта или продвижение компании/товара/услуги в интернете. Методы конкурентного анализа. Получение информации о конкурентах из открытых источников. Отличия анализа оффлайн-компаний и интернет-проектов. Особенности запуска и продвижения стартапов. Достоинства и недостатки популярных мобильных приложений. Основы профессиональной работы с поисковыми системами. Основные операторы языка запросов Yandex; Google. Другие источники данных.

Раздел 2 Работа с интернет-аудиторией

Особенности использования различных методов. Подробный разбор счетчиков. Структура аудитории. Тепловые карты. Работа с целями. Интеграция счетчиков с системами контекстной рекламы (Яндекс.Директ и Гугл.Адсенс). Разбор и обсуждение отчетов TNS, Гэллоп на примере РосБизнесКонсалтинг. Формирование, использование и работа с подборками новостей. Определение целевой аудитории. Удержание и наращивание аудитории. Якорные сервисы. Работа с контентом. Внутренние коммуникации. Работа с репутацией. Работа с отрицательными отзывами.

Примеры якорных сервисов. Генерация и обсуждение новых сервисов. Ключевые ошибки в работе с аудиторией.

3.3 Практические занятия (семинары)

3.3.1 Заочная форма обучения

Практические занятия (семинары) 3 семестр

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
Семестр 3			
1	1	Интернет-маркетинг как часть маркетинга	2
2-3	2	Работа с интернет-аудиторией	4
		Итого:	6

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Основная литература

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич.— Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 352 с. - ISBN 978-5- 394-02474-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091183>

2. Ветцель, К. Я. Интернет-маркетинг : учебное пособие / К. Я. Ветцель. - Крас- ноярск : Сиб. федер. ун-т, 2018. - 176 с. - ISBN 978-5-7638-4010-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1818952>.

4.2 Дополнительная литература

1. Годин, А. А. Интернет-реклама: Учебное пособие / А.А. Годин, А.М. Годин, В.М. Комаров. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2012. - 168 с. ISBN 978-5-394-00465-0, 1000 экз. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/337799>

2. Гуриков, С. Р. Интернет-технологии : учебное пособие / С.Р. Гуриков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 174 с. — (Высшее образование: Бакалаври- ат). — DOI 10.12737/1044018. - ISBN 978-5-16-016517-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1044018>

3. Интернет-реклама и PR : методические указания к практическим занятиям / сост. М. С. Круглова. - Москва : Флинта, 2021. - 42 с. - ISBN 978-5-9765-4759-9. - Текст : элек- тронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1851999>

4. Кеннеди, Д. Жесткий SMM: Выжать из соцсетей максимум: Учебное пособие / Кеннеди Д. - М.:Альпина Паблишер, 2017. - 344 с.: ISBN 978-5-9614-6179-4. - Текст : элек- тронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002298>

4.3 Периодические издания

1. Научно-аналитический журнал «Актуальные проблемы социально-экономического развития России // <http://apdr.ru/>
2. Научный журнал «Азимут научных исследований: экономика и управление»// <http://napravo.ru/zhurnal-ani-ekonomika-i-upravlenie-journal-asr-economics-and-management/>
3. Экономика и управление: научно-практический журнал // <http://inefb.ru/econuprav-ufa/>
4. Международный научно-практический журнал «[Journal of Economic Regulation / Вопросы регулирования экономики](http://www.hjournal.ru/journals/journal-of-economic-regulation.html)» // <http://www.hjournal.ru/journals/journal-of-economic-regulation.html>

4.4 Интернет-ресурсы

1. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ // URL: www.economy.gov.ru
2. Официальный сайт Министерства экономического развития Республики Башкортостан//URL: www.minecon.bashkortostan.ru
3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики// URL: www.gks.ru

4.5 Методические указания к практическим занятиям (семинарам)

Практические занятия (семинары) необходимы для контроля преподавателем подготовленности магистрантов; закрепления изученного материала; приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, в том числе аргументации и защиты выдвигаемых положений и тезисов.

Подготовка магистранта к занятию осуществляется на основании задания (плана семинара), которое разрабатывается преподавателем на основе рабочей программы и доводится до сведения магистранта своевременно. При подготовке магистранту необходимо усвоить основные вопросы темы семинара. На практических занятиях детально изучаются вопросы, указанные в программе. Практическим занятиям предшествует самостоятельная работа магистрантов, связанная с освоением лекционного материала и материалов, изложенных в учебниках и учебных пособиях, а также литературе, рекомендованной преподавателем.

Необходимо помнить, что качество полученного образования в немалой степени зависит от активной роли самого обучающегося в учебном процессе. Обучающийся должен быть нацелен на максимальное усвоение подаваемого лектором материала, после лекции и вовремя специально организуемых индивидуальных встреч он может задать лектору интересующие его вопросы.

В целях успешной подготовки и проведения практических занятий, а также эффективного самостоятельного изучения рекомендованных тем

обучающимся необходимо соблюдать следующие основные методические положения.

Практическому занятию должно предшествовать ознакомление с лекцией на соответствующую тему, учебной и дополнительной литературой. Желательно работу по подготовке к практическому занятию выполнять письменно в отдельной тетради.

Формами работы на практических занятиях могут быть: сообщения, доклады, опросы, решение задач, работа с сайтами.

Одна из эффективных форм освоения учебного материала – это подготовка сообщений. Сообщение – это самостоятельная работа, анализирующая и обобщающая публикации по заданной тематике, предполагающая выработку и обоснование собственной позиции автора в отношении рассматриваемых вопросов. Написанию сообщений предшествует изучение широкого круга первоисточников, монографий, статей, обобщение научных точек зрения. Рекомендуемое время сообщения – 10-12 минут.

В отдельных случаях по поручению преподавателя магистранты готовят выступления, в которых особое внимание должно быть уделено дискуссионным вопросам, отражена современная практика развития института реализации и защиты прав человека.

Важным является приобщение обучающихся к научно-исследовательской деятельности. Процесс становления ученых находится в прямой зависимости от степени их участия в ней, т.е. от предшествующего развития творческих способностей и исследовательских навыков. Большую пользу может принести участие в проводимых научно-практических конференциях. БАГСУ приветствуется и поощряется подготовка и публикация обучающимися научных статей.

4.6 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

Академия на законном основании располагает материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации дисциплины.

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) и промежуточной аттестации, предусмотренных по дисциплине, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

Аудитория	Наименование	Назначение	Перечень основного
-----------	--------------	------------	--------------------

	объекта		оборудования
304	Компьютерный класс. Кабинет информационных технологий в юридической деятельности	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практических занятий, лабораторных работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	- персональный компьютер – 13 шт. с выходом в Интернет; - принтер HP Color LJ Pro 200 M25 ffw (CF147A) A4 цветной лазерный – 1 шт.; - проектор Beng MW526 DLP 3200Lm WXGA – 1 шт.; - экран на штативе 180x180см Dinon Tripod – 1 шт.; - доска маркерно - магнитная – 1 шт.; - доска классная - 1 шт.; - столы, стулья; (29 посадочных мест); - шкаф пенал - 1 шт.; - стол двухтумбовый - 1 шт.; - шкаф для документов закрытый 800*420*2100.
310	Компьютерный класс.	Помещение для самостоятельной работы	- персональный компьютер – 13 шт. с выходом в Интернет; - проектор EPSON EB - X500 – 1 шт.; - экран на штативе 180x180см Dinon Tripod – 1 шт.; - доска маркерно - магнитная – 1 шт.; - столы, стулья; (29 посадочных мест); - трибуна настольная – 1 шт.
404	Кабинет конституционного права	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа (практических занятий, лабораторных работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	доска классная (1 шт.); - парты (34 шт.); - трибуна настольная – 1 шт.; - экран настенный MW – 1 шт.; - столы, стулья (68 посадочных мест); - шкаф для документов закрытый 800*420*2100.
406	Кабинет уголовного права и процесса	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа (практических занятий, лабораторных работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	- доска классная (1 шт.); - доска маркерно-магнитная – 1 шт.; - проектор EPSON EB 530 (1024x768) (1 шт.); - экран для проектора (1 шт.); - парты (12 шт.); - столы, стулья (24 посадочных мест); - трибуна настольная – 1 шт.; - шкаф для документов закрытый

5 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Академия на законном основании располагает материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации дисциплины.

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) и промежуточной аттестации, предусмотренных по дисциплине, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

Аудитория	Наименование объекта	Назначение	Перечень основного оборудования
304	Компьютерный класс. Кабинет информационных технологий в юридической деятельности	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практических занятий, лабораторных работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	<ul style="list-style-type: none"> - персональный компьютер – 13 шт. с выходом в Интернет; - принтер HP Color LJ Pro 200 M25 frw (CF147A) A4 цветной лазерный – 1шт.; - проектор Beng MW526 DLP 3200Lm WXGA –1 шт.; - экран на штативе 180x180см Dinop Tripod – 1шт.; - доска маркерно - магнитная – 1шт.; - доска классная - 1 шт.; - столы, стулья; (29 посадочных мест); - шкаф пенал - 1 шт.; - стол двухтумбовый - 1 шт.; - шкаф для документов закрытый 800*420*2100.
310	Компьютерный класс.	Помещение для самостоятельной работы	<ul style="list-style-type: none"> - персональный компьютер – 13 шт. с выходом в Интернет; - проектор EPSON EB

			<ul style="list-style-type: none"> - X500 –1 шт.; - экран на штативе 180x180см Dinon Tripod – 1шт.; - доска маркерно - магнитная – 1шт.; - столы, стулья; (29 посадочных мест); - трибуна настольная – 1 шт
404	Кабинет конституционного права	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа (практических занятий, лабораторных работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	<ul style="list-style-type: none"> доска классная (1 шт.); - парты (34 шт.); - трибуна настольная – 1 шт.; - экран настенный MW – 1 шт.; - столы, стулья (68 посадочных мест); - шкаф для документов закрытый 800*420*2100.
406	Кабинет уголовного права и процесса	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа (практических занятий, лабораторных работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	<ul style="list-style-type: none"> - доска классная (1 шт.); - доска маркерно-магнитная – 1шт.; - проектор EPSON EB 530 (1024x768) (1 шт.); - экран для проектора (1 шт.); - парты (12 шт.); - столы, стулья (24 посадочных мест); - трибуна настольная – 1 шт.; - шкаф для документов закрытый 800*420*2100.

К рабочей программе прилагаются:

- Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине (модулю), который разрабатывается в виде отдельного документа.
- Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

ЛИСТ
согласования рабочей программы

Направление подготовки: 38.04.04 Государственное и муниципальное управление
код и наименование

Направленность: Управление социальной сферой

Дисциплина: Интернет-маркетинг

Форма обучения: заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры
экономической теории и социально-экономической политики

наименование кафедры

протокол № _____ от " ____ " _____ 20__ г.

Ответственный исполнитель, заведующий кафедрой

наименование кафедры

подпись

расшифровка подписи

дата

Исполнители:

должность

подпись

расшифровка подписи

дата

должность

подпись

расшифровка подписи

дата

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой¹

наименование кафедры

личная подпись

расшифровка подписи

дата

¹Согласование осуществляется с заведующими теми кафедрами, за которыми закреплены дисциплины (модули), указанные в постреквизитах данной дисциплины (модуля)

Актуализация рабочей программы дисциплины

«Код наименование» на 20__ год приёма

Внесенные изменения на 20__ год приёма

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий выпускающей кафедрой

(подпись, расшифровка подписи)

“ ____ ” _____ 20.... г.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры

наименование кафедры

(дата, номер протокола заседания).

Преподаватель _____ И.О. Фамилия
(подпись)

Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«Башкирская академия государственной службы и управления
при Главе Республики Башкортостан»**

Кафедра экономической теории и социально-экономической политики

Фонд
оценочных средств
по дисциплине
«Интернет-маркетинг»

МАГИСТРАТУРА

Направление подготовки
38.04.04 Государственное и муниципальное управление

Форма обучения
заочная

Уфа 2022

Фонд оценочных средств предназначен для контроля знаний, обучающихся по направлению подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление по дисциплине «Интернет-маркетинг».

Составитель: М.Ю. Неучева

Фонд оценочных средств обсужден на заседании кафедры экономической теории и социально-экономической политики

Заведующий кафедрой
экономической теории
и социально-экономической политики

З.Э. Сабирова

Фонд оценочных средств является приложением к рабочей программе по дисциплине «Интернет-маркетинг».

**Раздел 1 – Паспорт фонда оценочных средств
по дисциплине «Интернет-маркетинг»**

1. Основные сведения о дисциплине

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Заочная форма обучения

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	3 семестр	всего
Общая трудоёмкость	72	72
Контактная работа:	10	10
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия (ПЗ)	6	6
Промежуточная аттестация (зачет)	4	4
Самостоятельная работа:	58	58
- выполнение тестовых заданий;	12	12
- выполнение аналитических заданий;	12	12
- подготовка к практическим занятиям;	14	14
- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала, подготовка к практическим занятиям, работа с Интернет-ресурсами)	20	20
Вид итогового контроля	зачет	зачет

2. Требования к результатам обучения по дисциплине, формы их контроля и виды оценочных средств

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Типы контроля
ПК-1 Способен к принятию эффективных управленческих решений, оперативно принимать и реализовывать управленческие решения, в том числе стратегические с учетом современных маркетинговых и логистических технологий ПК-5 Способен формировать организационную структуру проекта и закрепление функционала ответственности в проектной команде	Знать: ключевые понятия, цели и задачи Интернет- маркетинга; специфику работы маркетолога в сети Интернет	Тестирование по лекционному материалу Письменные домашние работы. Устное индивидуальное собеседование – опрос
	Уметь: проводить анализ сегментов Интернет-пользователей; подготавливать аналитические отчеты по всем направлениям бизнеса в Интернет (анализ рынка, оценка конкуренции, способы продвижения, подходы в работе с аудиторией, количественные показатели, источники финансирования)	Выполнение и защита индивидуальных творческих заданий. Устное индивидуальное собеседование.
	Владеть: Навыком использования современных инструментов, применяемых при проведении комплекса работ по Интернет-маркетингу	Выполнение индивидуального творческого задания. Выполнение задач

Соответствие разделов (тем) дисциплины и контрольно-измерительных материалов и их количества

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины (модуля), практики, программы итоговой аттестации	Контрольно-измерительные материалы, количество заданий или вариантов			
		Тестовые задания	Типовые задачи/вопросы	РГР (РГЗ)	Курсовой проект (проект)
1	Интернет-маркетинг как часть маркетинга	5	15	-	-
2	Работа с интернет-аудиторией	5	15	-	-
	Всего	10	30	-	-

Оценочные средства

Блок А

А.0 Фонд тестовых заданий по дисциплине

Раздел 1. Интернет-маркетинг как часть маркетинга

1. Наиболее популярным видом деятельности совершеннолетних пользователей Интернет является...
 1. поиск информации в поисковых системах
 2. посещение развлекательных ресурсов
 3. проведение банковских операций
 4. совершение покупок в виртуальных магазинах
2. Несущественным психографическим признаком сегментации пользователей Интернет можно считать такой признак как
 1. склонность к риску
 2. увлечения пользователя
 3. стиль жизни
 4. принадлежность к социальному классу
3. К основным преимуществам электронной коммерции для покупателя не относят
 1. более низкий уровень цен товаров
 2. экономию времени
 3. наличие прямого контакта
 4. возможность быстрого просмотра большого числа товаров
4. К методам исследования потребителей в Интернет не относят
 1. интернет-банкинг
 2. анкетирование посетителей web-сервера
 3. опрос с улучшенными показателями возврата
 4. проведение опросов в телеконференциях
5. Среди решающих факторов конкурентной борьбы в Интернете не рассматривают такой фактор как
 1. цена продукта
 2. качество обслуживания
 3. широту ассортимента
 4. сервис

Раздел 2. Работа с интернет-аудиторией

6. В перечень информационно-маркетинговых услуг не входят
 1. Интернет-магазины
 2. информационно-аналитические альманахи
 3. маркетинговые обзоры
 4. экспортно-импортные сводки
7. К основным методам рекламирования в Интернете не относят ответ:
 1. анкетирование посетителей web-сервера

2. размещение ссылок в «желтых страницах»
3. периодическую рассылку сообщений заинтересованным лицам по электронной почте
4. размещение бесплатных ссылок на сервер в web-каталогах
8. Низкий возврат данных, как способа связи с аудиторией, характерен для
 1. электронной почты
 2. телефона
 3. личной продажи
 4. пресс-конференции
9. К моделям глобальной коммуникации не принято относить
 1. средства мультимедиа
 2. e-mail-маркетинг
 3. онлайн-издания
 4. электронную коммерцию
10. В рамках регулирования электронной коммерции многие государства практикуют
 1. жесткое лицензирование
 2. таможенные пошлины
 3. экспортные субсидии
 4. квотирование

A.1 Вопросы для опроса

Раздел 1. Интернет-маркетинг как часть маркетинга

1. Интернет маркетинг в деятельности торгового предприятия.
2. Интернет-реклама в деятельности компании.
3. Мобильные технологии контент-провайдеров в политике продвижения товаров крупных компаний.
4. Оценка эффективности рекламных кампаний в Интернет
5. Стратегическое управление маркетинговыми интернет-коммуникациями.
6. Интернет как инструмент маркетинговых коммуникаций.
7. Интернет-реклама как эффективный способ привлечения клиента.

Раздел 2. Работа с интернет-аудиторией

1. Влияние современных Интернет-технологий на результаты деятельности компании.
 2. Преимущества соцсетей для маркетинговых коммуникаций компаний
 3. Применение интернет-маркетинга в ритейле
 4. Разработка мероприятий Интернет-маркетинга
 5. Анализ состояния и тенденций развития электронной торговли международного товарного рынка (на примере конкретного товарного рынка).
 6. Анализ потребительских предпочтений с применением интернет-технологий (на примере конкретного рынка товаров или услуг).
 7. Применение маркетинговых технологий в электронной торговле.

8. Формирование коммуникационной политики с применением методов интернет- маркетинга (на примере конкретного предприятия).

А.2 Вопросы для семинара

Раздел 1. Интернет-маркетинг как часть маркетинга

1. Использование инструментов интернет-маркетинга в брендинге.
2. Влияние SMM на потребительское решение
3. Влияние продвижения в Instagram на осведомленность потребителей о продукте.
4. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет.
5. Стратегическое интернет-планирование и оценка трафика.
6. Бюджет и эффективность мероприятий Интернет маркетинга.
7. Поисковая оптимизация сайтов и оценка ее эффективности

Раздел 2 Работа с интернет-аудиторией

1. Рекламная кампания в сети Интернет и оценка ее эффективности
2. Место и роль мероприятий Интернет-маркетинга в рекламной деятельности российских и иностранных предприятий
3. Стратегии разработки и ведения контекстной / медийной / медийно-контекстной рекламной кампании.
4. Вирусный маркетинг в сети интернет
5. Партизанский маркетинг в сети интернет
6. Техники SEO-продвижения в интернет-маркетинге.
7. Системы экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность торговых структур в сети интернет.

Блок С

Учебным планом не предусмотрено написание курсовых работ

Блок D

Вопросы к зачету:

1. Определение интернет-маркетинга как части маркетинга. Основные элементы и особенности.
2. Место интернет-маркетинга в структуре современного маркетинга. Основные концепции.
3. Закономерности и особенности развития интернет-маркетинга в условиях цифровизации экономики.
4. Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность в сети интернет.
5. Основные инструменты интернет-маркетинга.
6. Исследование и ориентация на потребности клиента в интернет-маркетинге.
7. Охарактеризуйте работу с целевой аудиторией в интернете.

8. Охарактеризуйте четкое и нечеткое позиционирование в сети интернет, особенности дифференциации по видам и масштабу деятельности и типам рынков.
9. Понятие целевой аудитории. Принципы удержания и наращивания аудитории. Примеры якорных сервисов. Ключевые ошибки.
10. Предназначение, состав и специфика отчетов TNS и Гэллоп Медиа для оценки размера и состава целевой аудитории в интернете
11. Как и с какой целью проводят поиск свободных ниш в сети интернет?
12. Приведите примеры успешного позиционирования товара / бренда / торговой структуры в сети интернет.
13. Основные подходы к дизайну и usability сайта
14. Ценообразование товаров и услуг в Интернете. Политика ценообразования с низкой и высокой маржой.
15. Медийная реклама. Баннеры. Параметры эффективности.
16. Продвижение проектов в социальных сетях. Основные методы и критерии эффективности.
17. Охарактеризуйте вирусное продвижение проектов. Примеры удачных вирусов.
18. Охарактеризуйте поисковое продвижение. Основные методы, понятия и критерии эффективности.
19. Прямой интернет-маркетинг. Основные методы и критерии эффективности.
20. Что такое «закупка новостного трафика»? Укажите источники, критерии эффективности.
21. Контекстная реклама: понятие, преимущества и недостатки, источники, критерии эффективности.
22. Принципы и критерии участия интернет-магазинов в работе маркетплейсов
23. Мобильные сервисы. Создание. Монетизация. Критерии эффективности.
24. Интернет-маркетинг как предмет исследования.
25. Охарактеризуйте процесс разработки и модернизации веб-сайтов.
26. Представьте алгоритм процесса продвижения объектов рынка в Интернете.
27. Сравните основные поисковые системы Интернета в России и за рубежом.
28. Укажите и охарактеризуйте ключевые принципы интернет-продвижения объекта рынка в независимой зоне поисковых систем.
29. Охарактеризуйте социальные медиасервисы в Интернете.
30. Сравните ключевые социальные сети в РФ и за рубежом.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по изучению разделов

Раздел 1 «Интернет-маркетинг как часть маркетинга» включает 1 тему, раскрывает последовательность этапов проведения исследования. Понятие предмета Интернет-маркетинга. Объект Интернет-маркетинга. Методология Интернет-маркетинга. Задачи Интернет-маркетинга.

Раздел 2. «Работа с интернет-аудиторией» включает 1 тему, которая рассматривает основные и второстепенные свойства Интернет-маркетинга. Источники Интернет-маркетинга. Ее основные компоненты. Понятие информационной культуры. Требования маркетинговой культуры к исследователю.

Методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся (СРО) направлена на закрепление и углубление освоенного учебного материала, развитие практических умений и навыков.

Виды СРО:

- самостоятельное изучение разделов;
- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий);
- подготовка к практическим занятиям;
- выполнение заданий (кейсов)
- подготовка к тестированию;
- подготовка к итоговому контролю.

В ходе изучения дисциплины предусмотрено выполнение самостоятельной работы в следующих формах:

1. аудиторная самостоятельная работа (на лекциях, на практических занятиях);
2. внеаудиторная самостоятельная работа.

К аудиторной самостоятельной работе на лекциях относится:

- написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометать важные мысли, выделять ключевые термины;
- проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием дефиниций и толкований в тетрадь;
- обозначение вопросов, терминов, материала, который вызывает трудности; пометить их и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе, если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

К аудиторной самостоятельной работе на практических занятиях (семинарах) относится:

- проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам структуре и содержанию дисциплины;

- конспектирование источников;
- работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, решение казусов (задач) по соответствующей теме.

2. Внеаудиторная самостоятельная работа включает такие формы, как:

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется обучающимся по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

- изучение программного материала дисциплины (работа с учебниками и конспектом лекции);

- изучение рекомендуемой литературы;

- конспектирование источников;

- работа с правовыми актами;

- работа с электронными информационными ресурсами и ресурсами Internet;

- составление плана и тезисов ответа на практическом занятии (семинаре);

- выполнение тестовых заданий;

- решение задач;

- подготовка к аттестации.

Контроль за самостоятельной работой студентов проходит на семинарских занятиях в формах, предусмотренных планом самостоятельной работы.

Методические рекомендации к самостоятельному изучению тем

Самостоятельное изучение тем – это вид учебной деятельности, выполняемый учащимся без непосредственного контакта с преподавателем через специальные учебные материалы, предусматривающее прежде всего индивидуальную работу учащихся в соответствии с установкой учебника, программы обучения.

Целью самостоятельного изучения тем является овладение фундаментальными знаниями, опытом творческой, исследовательской работы, проектировочными навыками.

Содержание внеаудиторной самостоятельной работы определяется в соответствии с видами организации самостоятельной (внеаудиторной) работы. В практике самостоятельного изучения тем можно выделить следующие задачи:

- **овладение знаниями:** чтение текста (учебника, правового акта, дополнительной литературы); составление плана текста; графическое изображение структуры текста; конспектирование текста; выписки из текста; работа со словарями и справочниками; ознакомление с нормативными документами; анализ содержания Интернет-ресурсов и др.;

- **закрепление и систематизация знаний:** составление плана и тезисов ответа; составление таблиц для систематизации учебного материала; ответы на контрольные вопросы; решение задач или упражнений.

В качестве форм и методов контроля самостоятельного изучения тем могут быть использованы фронтальные опросы на практических занятиях (семинарах), тестирование, зачеты, контрольные работы и др.