

Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины «Интернет-маркетинг»

1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы в модульной структуре ООП.

Учебная дисциплина включена в дисциплины и курсы по выбору студента Блока 1 ООП (Б 1.В3.1).

2. Цель изучения учебной дисциплины.

Цель курса – формирование у обучающихся знаний, умений и практического опыта применения технологий реализации Интернет-маркетинга, использования методов Интернет-рекламы, ее инструментария при работе на различных сегментах рынка; базовая подготовка по технологиям маркетинговых исследований в Интернете и навыки по применению данных технологий, достаточные для последующей самостоятельной работы.

3. Структура учебной дисциплины.

Содержание курса включает в себя следующие основные разделы и темы:

Понятие и структура Интернет-маркетинга. Интернет-реклама: понятие, специфика, роль, цели и задачи. Маркетинговые исследования в Интернете. Анализ сайта. Конверсия сайта. Поисковая оптимизация. Интернет-маркетинг в социальных сетях. Вирусный маркетинг. Контекстная реклама. Баннерная реклама. E-mail-реклама. Анализ эффективности Интернет-рекламы. Установление и поддержание долговременных отношений с целевой аудиторией посредством интернет-коммуникаций.

4. Основные образовательные технологии.

Лекции, семинарские и практические занятия; решение задач; обсуждение докладов; письменные домашние работы; тесты; консультации преподавателя; анализ конкретных ситуаций.

5. Требования к результатам освоения учебной дисциплины.

Содержание и структура дисциплины «Интернет-маркетинг» должны способствовать формированию компетенций:

– способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);

– способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7);

– владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18).

В результате усвоения учебной программы по дисциплине «Интернет-маркетинг» обучающийся должен:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать: основные принципы и методы Интернет маркетинга;

уметь: самостоятельно и правильно выбирать инструменты маркетинговой деятельности для ведения эффективной рекламной кампании предприятий в сети Интернет;

владеть: навыками сбора, обработки, анализа и интерпретации необходимых данных для эффективной маркетинговой деятельности в глобальной сети Интернет.

6.Общая трудоемкость учебной дисциплины: 3 зачетные единицы (108 часов).

7.Промежуточная аттестация: экзамен.