Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Факультет маркетинга, рекламы и сервиса

Кафедра сервиса

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой сервиса
Протокол от «4» сентября 2017 г.
№ 1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.9 Интернет-технологии

направление подготовки
43.03.01 – Сервис
направленность (профиль) "Социально-культурный сервис"

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора – 2016

Москва, 2017 г.

Автор(ы)–составитель(и):

В.А. Карпов

Заведующая кафедрой сервиса, канд. экон. наук, профессор Красюк И.Н.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
   6.1. Основная литература
   6.2. Дополнительная литература
   6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
   6.4. Нормативные правовые документы
   6.5. Интернет-ресурсы
   6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина «Интернет-технологии» обеспечивает овладение следующей компетенцией с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-1	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту сервиса	ОПК-1.2	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности с учетом основных требований информационной безопасности

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ОПК-1.2	**на уровне знаний:** принципов подхода к измерению количества информации и ее кодирования, а также способы использования информационных ресурсов общества; принципы создания современных информационных технологий сбора, хранения и обработки информации и их влияние на успех в профессиональной деятельности; современного состояния уровня и направления развития техники обработки и передачи информации и программных средств; методов обработки данных на персональном компьютере с максимальным использованием современных программных средств; методов передачи информации в компьютерных сетях; принципов функционирования локальных и глобальных компьютерных сетей, а также методов поиска и обмена информацией в компьютерной сети; принципов создания компьютерных баз данных; мест уязвимости информационных систем, овладеть принципами защиты информации и приемами антивирусной защиты; **на уровне умений:** работать с программными средствами общего назначения (текстовый редактор, электронные таблицы, системы управления базами данных, системы презентаций), соответствующими современным требованиям; использовать необходимые пакеты прикладных программ общего назначения для решения соответствующих классов задач; **на уровне навыков:** владения методикой количественной оценки платежеспособности; владения моделью управления

	платежеспособностью с целью раннего обнаружения кризиса и установления его причин; владения способами восстановления платежеспособности в зависимости от причин и глубины кризиса; разработки сценариев антикризисных мер; оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Вид учебных занятий и самостоятельная работа		Объем дисциплины, час.		
		Всего	Семестр	
			2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		***40***	***40***	
лекционного типа (Л)				
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)				
практического (семинарского) типа (ПЗ)		***40***	***40***	
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		***32***	***32***	
Промежуточная аттестация	**форма**	***зачет***	***зачет***	
	час.			
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		***72/2***	***72/2***	

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.Б.9 «Интернет-технологии» изучается во 2 семестре очной формы обучения в соответствии с учебным планом, общая трудоемкость дисциплины – 2 зачетные единицы.

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый объем теоретических знаний в области процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации; средств их реализации, программного обеспечения и технологии программирования, а также на приобретенные ранее умения и навыки осуществлять процессы сбора, передачи, обработки и накопления информации, пользоваться локальными и глобальными сетями электронно-вычислительных машин; владения средствами реализации информационных процессов.

Дисциплина реализуется после изучения дисциплины Б1.Б.6 «Информатика».

3. Содержание и структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Основы Интернет - технологий	6			4		2	Д
Тема 2	Инфраструктура Интернет-	6			4		2	

		Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
	технологии							
№ п/п	Наименование тем (разделов)							
Тема 3	Интернет технологии и индивидуальный потребитель	6			4		2	Э
Тема 4	Организация маркетинговых исследований в Интернете	6			4		2	
Тема 5	Комплекс Интернет-технологий: товарная политика и рынок услуг в Интернете	8			4		4	Р
Тема 6	Ценовая политика и Интернет	8			4		4	Р
Тема 7	Система распределения и Интернет	8			4		4	Р
Тема 8	Организация коммуникативной политики в Интернете: оптимизация и продвижение сайта	8			4		4	Э
Тема 9	Реклама, стимулирование сбыта, личные продажи, связи с общественностью и нестандартные инструменты продвижения в Интернете	8			4		4	Д
Тема 10	Медиапланирование маркетинговых коммуникаций в сети интернет	8			4		4	
Промежуточная аттестация								Зачет
	Всего:	**72**			**40**		**32**	

Примечание:
** – формы текущего контроля успеваемости: эссе (Э), диспут (Д), реферат (Р).*

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование тем	Содержание тем
Тема 1	Основы Интернет - технологий	Определение маркетинга. Эволюция концепций маркетинга. Направления развития информационных технологий, оказавших наибольшее влияние на появление и рост электронного бизнеса. Электронный бизнес и электронная коммерция. Их масштабы и перспективы развития Интернет-технологии. Особенности и отличия от традиционного маркетинга.
Тема 2	Инфраструктура	Принципы построения сети Интернет. Устройство Интернета,

	Интернет-технологии	семейство протоколов TCP/IP, система доменных имен. Службы Интернета. Обеспечение информационной безопасности в сети Интернет. Виды платежных систем в Интернет и основные принципы функционирования.
Тема 3	Интернет-технологии и индивидуальный потребитель	Коммуникативные характеристики Интернета. Их отличия от традиционных средств массовой информации. Аудитория сети Интернет, ее размер, основные маркетинговые характеристики. Особенности процесса навигации в Сети. Таргетинг. Управление взаимоотношениями с клиентами.
Тема 4	Организация маркетинговых исследований в Интернете	Маркетинговая информационная система. Особенности организации маркетинговых исследований в Интернете. Инструменты и средства, которыми обладает Интернет для проведения маркетинговых исследований. Методы поиска информации в Интернете. Проведения опросов в Интернете. Их особенности. Сбор маркетинговой информации о пользователях Интернета.
Тема 5	Комплекс Интернет-технологий: товарная политика и рынок услуг в Интернете	Определение товара и товарной политики. Наиболее эффективные для продаж через Интернет группы товаров. Влияние Интернета на формирование маркетингового окружения и жизненный цикл товара. Применение Интернета для улучшения пред- и послепродажного обслуживания. Использование средств Интернета для разработки и создания новых товаров. Развитие сферы услуг в Интернете.
Тема 6	Ценовая политика и Интернет	Политика ценообразования и основные принципы ее формирования. Процесс установления исходной цены на изделие или услугу, и влияние, оказываемое на него Интернетом. Взаимосвязь цены с обстоятельствами и возможностями предприятия. Определение момента для изменения цены. Интернет-аукционы и их роль в ценообразовании.
Тема 7	Система распределения и Интернет	Каналы распределения товаров. Особенности организации розничной торговли в Интернете. Новые виды посредников, обусловленные развитием сети Интернет.
Тема 8	Организация коммуникативной политики в Интернете: оптимизация и продвижение сайта	Принципы функционирования маркетинговых коммуникаций в Интернете и их использование для получения максимальной отдачи. Управление сайтом и его продвижение. Web-сайт компании и его место в общей программе коммуникаций в Интернете. Основные этапы, построения эффективного web-сайта. Методы продвижения web-сайта в Интернете для привлечения целевой аудитории.
Тема 9	Реклама, стимулирование сбыта, личные продажи, связи с общественностью и нестандартные инструменты продвижения в Интернете	Контекстная и медийная реклама в Интернете. Средства рекламы в Сети и методы (способы) их использования. Методы по стимулированию сбыта в Интернете. Основные методы организации связей с общественностью в Интернете и их особенности. Нестандартные инструменты продвижения в сети интернет.
Тема 10	Медиапланирование маркетинговых коммуникаций в сети интернет	Основные понятия медиапланирования в Интернете: GRP (Gross Rating Points), Impressions, Охват, Частота (Frequency). Основные этапы медиапланирования в Интернете. Планирование бюджета и сроков проведения рекламной кампании в Интернете. Выбор рекламных площадок, мест и способов размещения рекламного сообщения. СМИ в Рунете и

		их аудитория. Рейтинги. Анализ оценка эффективности рекламной кампании в Интернете. Технические средства контроля эффективности рекламной кампании в Интернете: Система Rambler TOP100. Система Adriver. Анлиз Медиа-плана. Интернет-статистик («Реализованные показы», «Уникальные посетители», «Число кликов»). Расчет показателей CTR, CPC (cost per click), CPM reailized, Frequency. Веб-аналитика (Google Analytics и Яндекс.Метрика). Разработка рекомендаций по повышению эффективности рекламных кампаний в Интернете.

4.Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины «Интернет-технологии» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа:
метод проблемного изложения, фронтальные и комбинированные опросы.

– при проведении занятий семинарского типа:
- проведение диспутов;
- написание эссе;
- подготовка рефератов.

4.1.2. Зачет проводится в виде устного собеседования и решения типовых (конкретных) ситуаций.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Темы для дискуссий и диспутов по дисциплине

1. Перечислите доводы в пользу использования Интернета в качестве одного из инструментов организации связей с общественностью. В каких случаях оно наиболее эффективно, а в каких нет? Приведите примеры.
2. Электронный бизнес и электронная коммерция сегодня часто рассматривается как панацея от тех проблем, которые существуют у многих современных предприятий. Разделяете ли Вы эту точку зрения и почему? Какое место и роль электронному бизнесу в деятельности современных предприятий отводите Вы?
3. Платежные системы действуют в Интернете уже достаточно давно, по крайней мере, если судить по динамике развития, характерной для глобальной Сети. Сегодня только в Российском сегменте Интернета реально работает более десятка таких систем. Несмотря на это, число клиентов и организаций, пользующихся их услугами, остается достаточно ограниченным. С чем Вы это связываете? Назовите основные параметры и характеристики платежных систем Интернета, которые в первую очередь определяют их успешность развития и эффективность?
4. Первоначально, самой распространенной службой Интернета была электронная почта. Развитие сети Интернет добавило в список самых популярных служб, прежде всего,

службу WWW, телеконференции, чаты и ряд других. Попробуйте дать прогноз пути дальнейшего развития Интернета и его служб. Какие службы будут пользоваться наибольшей популярностью и почему? Как будет преображаться среда Интернет под воздействием современных информационных технологий? Как будет выглядеть Интернет через несколько лет?

5. Интернет сегодня занял прочное место в качестве одного из средств массовой информации. Такие свойства Интернета, как оперативность и глобальный доступ к информации выгодно отличают его от многих других СМИ. Сравните Интернет с другими СМИ, какими достоинствами и недостатками по сравнению с ними он обладает? Попробуйте дать прогноз развития СМИ в ближайшие годы, какую роль в этом развитии будет играть Интернет?
6. Составьте тезаурус для осуществления поиска информации в Интернете в следующих областях: модели построения торговых интернет-площадок, тенденции развития сектора интернет-услуг. Можете предложить свою проблемную тему. Проведите поиск при помощи составленного тезауруса с использованием нескольких поисковых систем. Отличаются ли результаты поиска? Если да, то чем Вы можете объяснить разницу?
7. Перечислите основные виды информации, которые можно получить при использовании статистики, полученной из журналов посещений web-сайта пользователями.

Темы рефератов

1. Развитие информационных технологий и электронная коммерция.
2. Принципы построения сети Интернет. Службы Интернета.
3. Методы обеспечения безопасности в сети Интернет.
4. Платежные Интернет - системы.
5. Коммуникативные характеристики Интернета.
6. Интернет-аудитория: навигация пользователей в Интернете, управление взаимоотношениями с клиентами.
7. Организация маркетинговых исследований в Сети Интернет.
8. Товар и товарная политика в сети Интернет.
9. Рынок услуг в сети Интернет.
10. Формирование ценовой политики в сети Интернет.
11. Интернет-аукционы.
12. Розничная торговля в Интернете.
13. Коммуникативная политика в Интернете.
14. Оптимизация и продвижение сайта в сети Интернет.
15. Медийная реклама в сети интернет.
16. Контекстная реклама в сети интернет.
17. Web-сайт как основа системы коммуникаций в Интернете.
18. Методы первоначального привлечения посетителей на web-сайт.
19. Методы удержания посетителей web-сайта.
20. Реклама в Интернете.
21. Стимулирование сбыта в Интернете.
22. Связи с общественностью в Интернете.
23. Интернет-брэндинг.

Темы эссе по дисциплине

1. Проблема обеспечения безопасности сети Интернет как средства покупки и оплаты товаров.
2. Интернет обладает рядом уникальных коммуникативных свойств, использование которых может помочь современным компаниям в построении эффективной системы

взаимодействия со своими клиентами и партнерами. Какие коммуникативные свойства Интернета являются определяющими в достижении этой цели и почему?
3. Предложите свой вариант сегментации Интернет-аудитории.
4. Был рассмотрен один из вариантов классификации сайтов Интернета, исходя из выполняемых ими основных функций. Попробуйте расширить эту классификацию введя дополнительные группы или добавив новые подуровни к уже существующим.
5. Опишите, какую информацию можно получить при анализе статистики, полученной из журналов посещений web-сайта пользователями.
6. Приведена классификация моделей бизнес web-сайтов. Найдите в Интернете web-сайты, соответствующие каждой из названных моделей бизнеса.
7. Зайдите на сайт РАНХиГС при Президенте РФ, попробуйте оценить качество проведения каждого из этапов его реализации: бизнес-модель сайта, доменное имя, выбор поставщика услуг Интернета, реализация дизайна сайта и его информационного наполнения, инструменты привлечения на него посетителей, инструменты работы с аудиторией.
8. Какие брэнды в российском секторе Интернета Вам известны? В чем их особенность?

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-1	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту сервиса	ОПК-1.2	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности с учетом основных требований информационной безопасности

Этап освоения компетенции	**Показатель оценивания**	**Критерий оценивания**
ОПК-1.2	Кооперируется с коллегами и работает в команде; логично и убедительно излагает информацию в процессе коммуникации; владеет методиками	Использована специфика интернет-коммуникации; проанализированы основные теоретические и практические направления и сопоставлены с проблемами взаимодействия

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
	коммуникации и убеждения; понимает сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдает основные требования информационной безопасности; внедряет и использует современные информационные технологии в процессе профессиональной деятельности	предприятия с методиками коммуникации и убеждения; понята сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдены основные требования информационной безопасности

4.3.2. Типовые оценочные средства

При ответе на вопрос
сформулируйте и продемонстрируйте свои знания:

1. Направления развития информационных технологий, оказавших наибольшее влияние на появление и рост электронного бизнеса. Электронный бизнес и электронная коммерция. Их масштабы и перспективы развития.
2. Интернет-технологии. Особенности и отличия от традиционного маркетинга.
3. Принципы построения сети Интернет. Устройство Интернета, семейство протоколов TCP/IP, система доменных имен. Службы Интернета.
4. Обеспечение информационной безопасности в сети Интернет. Виды платежных систем в Интернете. Основные принципы их функционирования.
5. Коммуникативные характеристики Интернета. Их отличия от традиционных средств массовой информации.
6. Аудитория сети Интернет, ее размер, основные маркетинговые характеристики.
7. Особенности процесса навигации в Сети. Управление взаимоотношениями с клиентами.
8. Маркетинговая информационная система. Особенности организации маркетинговых исследований в Интернете. Инструменты и средства, которыми обладает Интернет для проведения маркетинговых исследований. Методы поиска информации в Интернете.
9. Проведения опросов в Интернете. Их особенности. Сбор маркетинговой информации о пользователях Интернета.
10. Определение товара и товарной политики. Наиболее эффективные для продаж через Интернет группы товаров. Использование средств Интернета для разработки и создания новых товаров.
11. Влияние Интернета на формирование маркетингового окружения и жизненный цикл товара. Применение Интернета для улучшения пред- и послепродажного обслуживания Развитие сферы услуг в Интернете.
12. Политика ценообразования и основные принципы ее формирования. Процесс установления исходной цены на изделие или услугу, и влияние, оказываемое на него Интернетом. Взаимосвязь цены с обстоятельствами и возможностями предприятия. Определение момента для изменения цены.
13. Интернет-аукционы и их роль в ценообразовании.

14. Каналы распределения товаров. Особенности организации розничной торговли в Интернете. Новые виды посредников, обусловленные развитием сети Интернет.
15. Принципы функционирования маркетинговых коммуникаций в Интернете и их использование для получения максимальной отдачи.
16. Web-сайт компании и его место в общей программе коммуникаций в Интернете. Основные этапы, построения эффективного web-сайта. Методы продвижения web-сайта в Интернете для привлечения целевой аудитории. Методы удержания посетителей сайта.
17. Реклама в Интернете. Средства рекламы в Сети и методы (способы) их использования.
18. Методы по стимулированию сбыта в Интернете.
19. Основные методы организации связей с общественностью в Интернете и их особенности.
20. Интернет-брэндинг, его отличие от традиционного брэндинга.

Примеры типовых ситуаций при решении на зачете:

1. Ассортимент потребительских товаров, являющихся наиболее востребованным в Интернете, состоит из книг, аудиокассет, видеокассет и компьютерной техники. С чем, по Вашему мнению, это связано? Какие факторы в ближайшем времени будут определять ассортимент товаров, пользующихся наибольшим спросом через Интернет?
2. Розничная торговля в Интернете является сегодня одной из наиболее развитых и прибыльных моделей бизнеса в Интернете. Вместе с тем велико число интернет-магазинов, потерпевших фиаско. Как Вы думаете, какие факторы в первую очередь определяют успешность розничной торговли в Интернете и почему?
3. Фирма занимается продажей товаров бытовой техники. Сформируйте маркетинговое окружение предлагаемых ею товаров при их продаже через Интернет.
4. Составьте программу коммуникаций в Интернете для проведения в нем рекламной кампании новой модели стиральной машины; новой модели ноутбука; открытия в Сети корпоративного сайта компании (на выбор).
5. Как показывают данные исследований аудитории глобальной Сети, сегодня менее 10 % населения земного шара имеют хотя бы самый минимальный опыт работы в Интернете. Это говорит о том, что он переживает только самый начальный этап своего развития. Примерно такой же цифрой характеризуется уровень распространенности Интернета в России. Как Вы оцениваете значение этого показателя? Какие другие показатели являются определяющими и почему?

Шкала оценивания

Оценка	**Требования к знаниям**
«зачтено»	Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он: - использовал специфику интернет-коммуникации; - проанализировал основные теоретические и практические направления и сопоставил с проблемами взаимодействия предприятия с методиками коммуникации и убеждения; - понял сущность и значение информации в развитии современного информационного общества; - соблюдены основные требования информационной безопасности.

«не зачтено»	Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который: - не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы (как правило, оценка «не зачтено» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине); - в семестре студент не выполнил положенного объема самостоятельной работы, систематически пропускал занятия, зачетный ответ носит фрагментарный характер; - учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют невысокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.

4.4. Методические материалы

Занятия по дисциплине «Интернет-технологии» представлены следующими видами работы: практические занятия, а также самостоятельной работой студентов.

На практических занятиях студенты выполняют задания, связанные с расчетом основных показателей, с обсуждением проблемных вопросов и вырабатывают свое мнение по поводу решения основных экономических вопросов в сфере интернет-технологий.

В рамках самостоятельной работы студенты готовятся по вопросам, готовятся к семинарским занятиям, осуществляют подготовку к зачету.

Текущая аттестация по дисциплине «Интернет-технологии» проводится в форме диспутов, эссе и рефератов по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

Активность студента на занятиях оценивается по его выступлениям по вопросам практических занятий на диспутах, при защите рефератов и домашнего задания.

При оценке ответов на вопросы ***диспута/дискуссии*** учитывается в первую очередь уровень теоретической подготовки студента, а также умение высказывать свое мнение, отстаивать свою позицию, слушать и оценивать различные точки зрения, конструктивно полемизировать, находить точки соприкосновения разных позиций.

Критерии оценки эссе

Оценка «отлично» предполагает:

- полученные результаты полностью соответствуют поставленной цели,
- проведен детальный анализ источников с привлечением фрагментов первоисточников по теме,
- выводы автора самостоятельны и аргументированы,
- содержание работы полностью отражает узловые проблемы темы,
- оформление работы полностью отвечает всем требованиям.

Оценка «хорошо» ставится в том случае, если:

- полученные результаты преимущественно соответствуют поставленной цели и задачам,
- обоснована актуальность темы,

- в процессе анализа литературы отобран и проанализирован широкий круг источников,
- полученные результаты в целом логичны, доказательны и систематизированы,
- оформление работы в целом соответствует существующим требованиям,
- высказана личностная позиция по теме.

Оценка «удовлетворительно» предполагает:

- полученные результаты в значительной степени соответствуют поставленной цели, в частности,
- обоснована актуальность избранной темы,
- в процессе анализа литературы отобраны наиболее важные источники,
- материал подан логически непротиворечиво,
- требования по оформлению работы в основном выполнены.

Критерии оценивания реферата

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике; реферат оформлен в соответствии с общими требованиями написания и техническими требованиями оформления реферата; реферат имеет чёткую композицию и структуру; в тексте реферата отсутствуют логические нарушения в представлении материала; корректно оформлены и в полном объёме представлены список использованной литературы и ссылки на использованную литературу в тексте реферата; отсутствуют орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; реферат представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала, отсутствуют факты плагиата.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту**,** если содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике; реферат оформлен в соответствии с общими требованиями написания реферата, но есть погрешности в техническом оформлении; реферат имеет чёткую композицию и структуру; в тексте реферата отсутствуют логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлены список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; корректно оформлены и в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата; отсутствуют орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; реферат представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала, отсутствуют факты плагиата.

Оценка **«удовлетворительно»,** если содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике; в целом реферат оформлен в соответствии с общими требованиями написания реферата, но есть погрешности в техническом оформлении; в целом реферат имеет чёткую композицию и структуру, но в тексте реферата есть логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлен список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; некорректно оформлены или не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата; есть единичные орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; в целом реферат представляет собой самостоятельное исследование, представлен анализ найденного материала, отсутствуют факты плагиата.

Оценка **«неудовлетворительно»,** если содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике; в реферате отмечены нарушения общих требований, написания реферата; есть погрешности в техническом оформлении; в целом реферат имеет чёткую композицию и структуру, но в тексте реферата есть логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлен список использованной

литературы, но есть ошибки в оформлении; некорректно оформлены или не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата; есть частые орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; в целом реферат представляет собой достаточно самостоятельное исследование, представлен анализ найденного материала, присутствуют единичные случаи фактов плагиата.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Преподаватель информирует обучающихся о применяемой системе текущего контроля успеваемости на первом занятии, а также доводит до обучающихся информацию о результатах текущего контроля успеваемости во время аудиторных занятий и консультаций.

Практические занятия дисциплины «Интернет-технологии» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал, относящийся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к зачету. К зачету необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале изучения учебной дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем формируемых знаний и умений, которыми студент должен овладеть;
- тематическими планами семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к зачету.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

Обучающиеся обязаны посещать все предусмотренные учебным планом занятия и присутствовать на всех мероприятиях текущего контроля успеваемости, предусмотренных рабочей программы дисциплины.

Обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида. Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление информации визуально (основная и дополнительная литература), на практических занятиях допускается присутствие ассистента.

Оценка знаний студентов на практических занятиях осуществляется на основе письменных конспектов ответов на вопросы, письменно выполненных практических заданий. Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки на зачете может быть увеличено.

Допускается присутствие на занятиях ассистента, оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Оценка знаний студентов на семинарских занятиях осуществляется в устной форме (как ответы на вопросы, так и практические задания).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушением зрения проводится устно, при этом текст заданий предоставляется в форме, адаптированной для лиц с нарушением зрения (укрупненный шрифт), при оценке используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки на зачете может быть увеличено.

Лица с нарушениями опорно-двигательного аппарата не нуждаются в особых формах предоставления учебных материалов. Однако, с учетом состояния здоровья часть занятий может быть реализована дистанционно (при помощи сети «Интернет»). При невозможности посещения практического занятия студент должен предоставить письменный конспект ответов на вопросы, письменно выполненное практическое задание. Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводится на общих основаниях, при необходимости процедура зачета может быть реализована дистанционно (например, при помощи программы Skype). Для этого по договоренности с преподавателем студент в определенное время выходит на связь для проведения процедуры зачета. В таком случае вопросы к зачету и практическое задание выбираются самим преподавателем.

Самостоятельное изучение тем дисциплины

№ темы	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
1	1. Электронный бизнес и электронная коммерция. Их масштабы и перспективы развития.
2	1. Обеспечение информационной безопасности в сети Интернет. 2. Виды платежных систем в Интернете основные принципы их функционирования.

3	1. Аудитория сети Интернет, ее размер, основные маркетинговые характеристики. 2. Особенности процесса навигации в Сети.
4	1. Проведения опросов в Интернете. 2. Сбор маркетинговой информации о пользователях Интернета.
5	1. Применение Интернета для улучшения пред- и послепродажного обслуживания. 2. Развитие сферы услуг в Интернете.
6	1. Интернет-аукционы и их роль в ценообразовании.
7	1. Новые виды посредников, обусловленные развитием сети Интернет.
8	1. Методы продвижения web-сайта в Интернете для привлечения целевой аудитории. 2. Методы удержания посетителей сайта.
9	1. Методы по стимулированию сбыта в Интернете. 2. Основные методы организации связей с общественностью в Интернете и их особенности. 3. Интернет-брэндинг, его отличие от традиционного брэндинга.
10	1. Разработка рекламного сообщения. Основные форматы представления рекламного сообщения в Интернете. 2. Планирование бюджета и сроков проведения рекламной кампании в Интернете. 3. Выбор рекламных площадок, мест и способов размещения рекламного сообщения. 4. Анализ и оценка эффективности рекламной кампании в Интернете.

Вопросы для самопроверки

№ темы	Вопросы для самопроверки
1	Ситуация. Все компании, присутствующие на отдельном сегменте рынка, используют концепцию маркетинга в своей деятельности, у всех из них есть доступ к глобальной сети Интернет, который они активно используют в своей деятельности, и все они внедрили у себя корпоративные информационные системы, позволяющие максимально автоматизировать бизнес процессы, снизить издержки производства и т. д. **1.** Как Вы представляете себе дальнейшее развитие ситуации на рынке? **2.** Какие шаги необходимо предпринять компаниям для одержания победы над конкурентами в таких условиях? **3.** Возможна ли такая ситуация в действительности?
2	1. Назовите факторы, оказавшие влияние на повсеместное распространение и использование Интернета? 2. Какие их них оказали самое существенное влияние и почему?
3	1. Интернет обладает рядом уникальных коммуникативных свойств, использование которых может помочь современным компаниям в построении эффективной системы взаимодействия со своими клиентами и партнерами. Какие коммуникативные свойства Интернета на Ваш взгляд являются определяющими в достижении этой цели и почему?

4	1. Что такое маркетинговая информационная система? 2. Из каких основных элементов она состоит? 3. Как построена маркетинговая информационная система на Вашем предприятии? 4. Какие мероприятия по ее совершенствованию Вы можете предложить?
5	1. Назовите основные особенности товарной политики в Интернете? 2. Какими характеристиками Сети они обусловлены?
6	1. Отличаются ли принципы формирования ценовой политики в Интернете по сравнению с традиционным рынком и почему? 2. Каковы основные факторы, которые необходимо учитывать при проведении ценообразования на товары или услуги, распространяемые через Интернет. 3. Какие ценовые стратегии находят сегодня наибольшее применение на интернет-рынке?
7	Многие производители сегодня переходят от работы с посредниками к прямым продажам своей продукции конечным потребителям. В связи с этим высказываются прогнозы о значительном сокращении числа посредников в ближайшее время. 1. Согласны ли Вы с этими прогнозами? 2. Чем определяется выбор использования услуг посредников взамен выполнения самим производителем ряда функций по доведению продуктов до конечных потребителей?
8	Основой проведения эффективной коммуникативной политики служит программа или стратегия коммуникаций. 1. Какие основные элементы она включает? 2. Есть ли среди них элементы, опирающиеся на современные информационные технологии и Интернет?
9	1. Мероприятия по стимулированию сбыта с каждым годом развития Интернета все чаще встречаются в арсенале компаний, предлагающих в нем свои товары и услуги. Найдите в Интернете примеры проводимых сегодня мероприятий по стимулированию сбыта. Оцените задачи и цели каждого из найденных примеров. 2. Какие предложения по совершенствованию политики стимулирования сбыта в Сети Вы можете предложить?
10	Что означают следующие показатели: 1. GRP (Gross Rating Point)); 2. Reach (охват); 3. Affinity Index 4. CPT / CPM 5. Frequency (частота) 6. CPC (Cost per Click). 7. CTR (Cost through Roto)

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Лобан А.В. Информатика. Российская академия правосудия, 2014. http://www.iprbookshop.ru/34552

2. Берлин А.Н. Высокоскоростные сети связи. Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2012. http://www.iprbookshop.ru/16701
3. Е.В. Смирнова. Построение коммутируемых компьютерных сетей. Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2013. http://www.iprbookshop.ru/16723

6.2. Дополнительная литература

1. Божко А.Н. Обработка растровых изображений в Adobe Photoshop. Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2012. http://www.iprbookshop.ru/16709

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Терри Д. Интернет-технологии с нуля: как увеличить прибыли: практические советы профессионалов о том, как начать и построить высокодоходный бизнес в Интернете/ Терри Дин, Лариса Федорова. Москва: Изд-во Омега-Л, 2015.
2. Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С.Реклама: принципы и практика. - СПб: Питер, 2009.
3. Щепилов К.В. Медиаисследования и медиапланирование, М.: РИП-холдинг, 2007.

6.4. Нормативные правовые документы

Не используются.

6.5. Интернет-ресурсы

1. www.nnir.ru / - Российская национальная библиотека
2. www.nns.ru / -Национальная электронная библиотека
3. www.rsi.ru / - Российская государственная библиотека
4. www.aport.ru / - Поисковая система
5. www.rambler.ru / - Поисковая система
6. www.yandex.ru / - Поисковая система
7. www.busineslearning.ru / - Система дистанционного бизнес образования
8. www.test.specialist.ru / - Центр компьютерного обучения МГТУ им. Н.Э. Баумана
9. http://www.consultant.ru/ - Консультант плюс
10. http://www.garant.ru/ - Гарант

6.6. Иные источники

1. Акулич М.В. Интернет-технологии: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям подготовки "Экономика", "Менеджмент" и "Торговое дело" (уровень бакалавриата) / М. В. Акулич. Москва: Дашков и К, 2016.
2. Курц А.В. Секреты Интернет-технологии: сделай свой сайт продающим/ Алексей Курц. Москва: Альфа групп, 2014.
3. Майерсон М. Основы Интернет-технологии: все, что нужно знать, чтобы отрыть свой магазин в интернете: книга о том, как организовать онлайн-бизнес, что для этого нужно и как достичь поставленных целей / Митч Мейерсон при участии Мэри Скарборо; пер. с англ. О. Терентьевой. Пер.: Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2014.
4. Стелзнер М. Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета/ Майкл Стелзнер; пер. с англ. Д. Баймухаметовой и О. Терентьевой Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета. Пер.: Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
5. Тихомиров В.П. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-технологииовые коммуникации: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 100700 "Торговое дело": [для бакалавров и специалистов] / [В.П. Тихомиров и др.]; под общ. ред. Л.А. Данченок. Интернет-технологиевые коммуникации. Москва [и др.]: Питер, 2013.

6. Шурчкова Ю.В. Формирование маркетинговых интернет-коммуникаций: теория, методология, практика: монография / Ю.В. Шурчкова. Воронеж: Изд.-полиграфический центр Воронежского гос. ун-та, 2013.
7. Васильев Г.А. Электронный бизнес и реклама в интернете: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 "Маркетинг", 080301 "Коммерция (торговое дело)" / Г. А. Васильев, Д. А. Забегалин. Москва: ЮНИТИ, 2012.
8. Гуров Ф. Продвижение бизнеса в Интернет, М.: Вершина, 2008.
9. Кетова Н.П. Интернет-технологии: использование для развития сферы оптовой торговли: монография / Н. П. Кетова, А. Ю. Петрова. Ростов-на-Дону: Содействие - XXI век, 2014.
10. Кокрум Дж. Интернет-технологии: лучшие бесплатные инструменты [Текст] / Джим Кокрум ; пер. с англ. Ларисы Плостак. Пер:.- [Hoboken, N.J.]: John Wiley & Sons, Inc., cop. 2011. Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
11. Мешков А.А. Интернет-технологии: учебное пособие; М-во образования и науки Российской Федерации, Федер. гос. бюджетное образоват. учреждение высш. проф. образования "Российский экономический ун-т им. Г. В. Плеханова" (ФГБОУ ВПО "РЭУ им. Г. В. Плеханова"). Москва: РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
12. Назайкин А.Н. Медиапланирование на 100%, М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
13. Назайкин А.Н. Недвижимость: как ее рекламировать / А. Назайкин. Москва; Санкт-Петербург: Вершина, 2008.
14. Назайкин А.Н. Эффективный рекламный текст в СМИ / А. Н. Назайкин. Москва: Фак. журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова: Изд-во Московского ун-та, 2011.
15. Романов А.Л. Современная реклама: проблемы социально-экономического, статистического и правового анализа. М: Финстатинформ, 2013.
16. Сиссорс Дж., Бэрон Р. Рекламное медиапланирование. - СПб: Питер, 2007.
17. Соколова А. Н., Геращенко Н. И. Электронная коммерция: мировой и российский опыт. - М.: Открытые системы, 2010.
18. Сэндидж Ч., В.Фрайбургер, К.Ротцолл. Реклама: теория и практика, М.: СИРИН, 2011.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

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

Академия проводит постоянную работу по созданию и системному улучшению условий получения образования людьми с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания и территории Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а

также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

Bloomberg
EBSCO Publishing
eLIBRARY.RU
Emerging Markets Information Service
Google Scholar (Google Академия)
IMF eLibrary
JSTOR
New Palgrave Dictionary of Economics – Электронный словарь
OECD iLibrary
Oxford Handbooks Online
Polpred.com Обзор СМИ
Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике
SCOPUS
Web of Science
Wiley Online Library
World Bank Elibrary
Архивы научных журналов NEICON
Интернет-сервис «Антиплагиат»
Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»
ЭБС Издательства "Лань"
ЭБС Юрайт
Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»