

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)/ПРАКТИКИ

### **Б1.В.ОД.22 ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ**

*наименование дисциплин (модуля)/практики*

**Автор:** Коняшина Г.Б., к.э.н., доцент

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.02 – Менеджмент  
направленность (профиль) "Гостиничное и ресторанное дело"

**Квалификация (степень) выпускника:** Бакалавр

**Форма обучения:** Очная

#### **Цель освоения дисциплины:**

Научить владеть навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.

#### **План курса:**

##### **Тема 1. Введение. Что такое Интернет и как им пользоваться.**

Основные положения Интернета. Базовый протокол и адресация в интернете. Статические и динамические адреса. Основные службы в интернете. Понятие браузера. Основные используемые браузеры (Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome, Yandex). В чем их отличия.

##### **Тема 2. Популярные поисковые системы Интернет (Yandex, Google).**

Природа всплывающих окон и их блокирование. Запрет сохранения паролей и имен в формах. Конфиденциальный режим работы. Принципы работы и задачи поисковых систем. Обзор российских и зарубежных поисковых систем.

##### **Тема 3. Технологии создания контента в Интернет.**

Технологии виртуализации для совместной работы. Виды облачных сервисов: Iaas, Paas, Saas, Daas, Eaas. Преимущества и недостатки облачных сервисов. Использование сервисов облачных технологий для создания контента. Основные принципы и особенности работы с наиболее распространенными облачными сервисами.

##### **Тема 4. Инструменты поисковой оптимизации в Интернет.**

Виды и методы поиска. Контекстный поиск, его преимущества. Оценка релевантности. История алгоритмов поисковых машин. Взаимодействие поисковых машин и сайтов. Система Gopher как инструмент просмотра списка всех доступных ресурсов сервера и организации правильного доступа к разным ресурсам с помощью системы меню.

##### **Тема 5. Инструменты и технологии для маркетинга в поисковых системах и рекламы в Интернет.**

Инструменты сбора информации и составления отчетов по посещаемости сайта, информации обо всех обращениях посетителей (звонках, заявках, онлайн-чатах и заказах) и продажах. Анализ процессов игрофикации в рекламной модели, результаты контент-анализа интерактивных рекламных продуктов и ситуационного анализа интернет-рынка.

**Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

**В ходе реализации дисциплины Б1.В.ОД.22 «Интернет-технологии» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:**

– при проведении занятий лекционного типа:

при чтении лекций используется объяснительно-иллюстративный метод с элементами проблемного изложения учебной информации (монологической, диалогической или эвристической);

– при проведении занятий семинарского типа:

диспут, тестирование, эссе, практические задания;

- при проведении промежуточной аттестации:

ответ на вопросы и практическое задание.

Зачет с оценкой проводится в виде устного опроса и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. Адуева Т.В. Бухгалтерские информационные системы [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т.В. Адуева. — Электрон. текстовые данные. — Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2016. — 87 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72051.html>
2. Акулич М.В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / М.В. Акулич. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 352 с. — 978-5-394-02474-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60599.html>