

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.3.1 Интернет-маркетинг

Авторы: Комаров Василий Михайлович, к.э.н.

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.04.02 – Менеджмент
направленность (профиль) " Управление туристско-рекреационными кластерами и территориями"

Квалификация выпускника: Магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины: сформировать систему знаний и получение практических навыков развития мирового и национального рынка транспортных услуг, развитие морских и речных пассажирских перевозок.

План курса:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Ключевые характеристики Интернет-маркетинга	Понятие Интернет-маркетинга. Основные преимущества Интернет-маркетинга. Цели и задачи Интернет-маркетинга. Что и как ищут пользователи в Интернете. Ключевые показатели Интернета в России. Поисковые системы. Специфика Интернет-маркетинга в России.
Тема 2	Маркетинговые исследования в Интернете	Первичные и вторичные маркетинговые исследования. Мониторинг рынков и конкурентов. Наиболее распространенные источники информации в Интернете. Преимущества и недостатки маркетинговых исследований в Интернете. Информационные системы мониторинга сайтов.
Тема 3	Маркетинговые коммуникации в Интернете	Виды коммуникаций в Интернете и их ключевые характеристики. Особенности маркетинговых коммуникаций в Интернете. Мобильный маркетинг. Вирусная реклама. Интерактивный Интернет-маркетинг: приложения и игры. Продвижение с помощью блогов. Рекомендации по созданию и размещению баннеров. Создание и раскрутка страниц в социальных сетях. Рекомендации по проведению PR-проектов в Интернете. Способы

		установления деловых связей с помощью Интернета.
Тема 4	Интернет-сайт: разработка, продвижение и оценка эффективности	Виды сайтов. Этапы разработки Интернет-сайтов. Виды систем управления контентом сайта. Поисковое продвижение сайта – внутренние и внешние факторы. Подбор ключевых слов. Штрафные санкции поисковых систем. Аналитические системы оценки посещаемости сайтов: Яндекс Метрика, Liveinternet, Google Analytics. Оценка эффективности поисковой оптимизации сайтов.
Тема 5	Разработка и реализация маркетинговой стратегии в Интернете	Стратегическое планирование Интернет-кампаний. Планирование бюджета мероприятий Интернет-маркетинга. Реализация маркетинговых кампаний в Интернете. Оценка эффективности мероприятий Интернет-маркетинга.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Текущий контроль: опрос, диспут, эссе

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

экзамен в виде устного опроса с разбором типовых ситуаций.

Основная литература:

1. Ветитнев А.М., Ашкинадзе Я.А. Интернет-маркетинг санаторно-курортных услуг: учебно-методическое пособие, г. Москва Финансы и статистика, 2014 - 160с.
2. Юрасов А.В., Иванов А.В. Интернет-маркетинг: учебное пособие, г. Москва Горячая линия – Телеком, 2012 -246с.
3. Прохорова М.В., Коданина А.Л. Организация работы интернет-магазина: практическое пособие, г. Москва Дашков и К, 2014 – 333с.