

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)/ПРАКТИКИ**

### **Интернет-маркетинг**

*наименование дисциплин (модуля)/практики*

**Автор:** Храмов Е.И.

**Код и наименование направления подготовки, профиля:**

38.04.02 «Менеджмент», профиль «Информационный менеджмент»

**Квалификация (степень) выпускника:** Магистр

**Форма обучения:** Очно-заочная

**Цель освоения дисциплины:**

*Сформировать этапы компетенций:*

ПК ОС-12.3 Способность применения количественных и качественных методов обработки данных при управлении бизнес-процессами

ПК ОС-19.4 Контроль взаимоотношений с поставщиками и потребителями ресурсов и сервисов ИТ

**План курса:**

Тема 1. Интернет как среда для ведения предпринимательской деятельности

Тема 2. Веб-сайт как инструмент маркетинга

Тема 3. Регистрация в поисковых системах и каталогах

Тема 4. E-mail маркетинг

Тема 5. Интернет-реклама

Тема 6. Оценка эффективности продвижения в Интернете

Тема 7. Другие способы продвижения товара в сети Интернет.

**Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая результат формирования компетенции на уровне данной дисциплины – зачет с оценкой.

**Основная литература:**

1. Альтшулер, И. Г. Стратегическое управление на основе маркетингового анализа. Инструменты, проблемы, ситуации. - Москва: Вершина, 2006. - 232 с.

2. Ашманов И., Иванов А. Продвижение сайта в поисковых системах. – М.: Вильямс, 2007.

3. Каменева Н.Г., Поляков В.А. Маркетинговые исследования: Учеб. пособие. - М.: Вузовский учебник, 2010. - 439с.