

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Интернет-маркетинг»

Автор:

Кандидат культурологии

О.В. Мороз

К.технич. наук

А.Б. Мосягин

Заведующий кафедрой политических
и общественных коммуникаций,
профессор, PhD

С. Потолликио

Код и наименование направления подготовки, профиля: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) «Медиаменеджмент».

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции:

Код компетенции	Наименование компетенции
ПК-8	Способность оценивать затраты и результаты деятельности организации

План курса:

Тема 1. Введение в электронный бизнес

Важнейшие составные элементы электронного бизнеса Появление и развитие сети Интернет. Электронная коммерция. Категории электронного бизнеса. Теория и методология организации маркетинга в среде Интернета.

Тема 2. Введение в предмет «Маркетинг в Интернет»

Понятие маркетинга. Философия маркетинга. Двухединный и взаимодополняющий подходы. Основные этапы развития маркетинга. Концепции маркетинга в зависимости от уровня развития производства и спроса на предложенные товары. Концепции традиционного маркетинга и маркетинга взаимодействия. Появление и развитие глобальной сети Интернет. Развитие стандартов построения информационных систем. Совершенствование стандартов взаимодействия информационных систем.

Тема 3. Аудитория Интернета.

Основные принципы работы с аудиторией сайта Глобальная компьютерная Сеть. Коммуникативные характеристики Интернета. Модели коммуникации Интернета. Возможности реализации коммуникационных моделей. Интерактивность как качество среды Интернета. Гипертекстовая природа Интернета. Сравнение коммуникативных характеристик Интернета с традиционными СМИ. Управление взаимоотношениями с клиентами. Системы CRM.

Тема 4. Анонсирование сайта в поисковых системах.

Поисковая оптимизация. Регистрация в поисковых системах и каталогах. Индексация поисковыми системами. Web-сайт как основа системы коммуникаций в Интернете. Этапы создания web-сайта. Модели бизнеса. Источники финансирования бизнеса в Интернете. Исполнители проекта. Выбор поставщика услуг Интернета. Выбор места размещения web-сервера. Выбор доменного имени. Методы первоначального привлечения посетителей на web-сайт. Регистрация сервера в поисковых системах. Размещение платной рекламы на серверах с целевой аудиторией. Продажа товаров и оказание пред- и послепродажного сервиса.

Тема 5. Технологии баннерной рекламы

Реклама - коммерческая пропаганда потребительских свойств товаров и услуг. Виды рекламы. Баннерная реклама. Методы баннерной рекламы. Регистрация сайта в web-каталогах и индексация сайта поисковыми системами; реклама с использованием электронной почты, а также основанных на ее механизмах службах Интернета — списков рассылки; реклама с использованием служб телеконференций и досок объявлений; партнерские программы.

Тема 6. Технологии контекстной рекламы

Управление стоимостью привлечения покупателей на сайт компании. Технология размещения контекстной рекламы. Ключевые факторы успеха размещения контекстной рекламы. Результат и способы его оценки.

Тема 7. Оптимизация для социальных сетей (Social Media Optimization).

PR в Интернете. Методы создания виртуального сообщества интернет-проекта Связи с общественностью. Формирование связей со средствами массовой информации. Организация связей с целевыми группами. Установление связей с государственными и общественными организациями. Основные решения связей с общественностью в Интернете. Размещение логотипа на страницах спонсируемого сайта. Проведение опросов, анкетирования, лотерей и конкурсов на спонсируемом сайте.

Тема 8. Медиапланирование.

Анализ эффективности интернет-рекламы. Веб- аналитика Критерии выбора рекламных площадок. Основные решения в сфере рекламы в Интернете. Цели и задачи рекламной кампании. Ценовые модели размещения рекламы. Оценка эффективности рекламной кампании.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

при проведении занятий семинарского типа:

опрос, выступления студентов с докладами, тестирование, эссе

при контроле результатов самостоятельной работы студентов:

домашнее задание, подготовка докладов

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета в форме устного ответа на вопросы.

Основная литература:

Вирин Ф.	Интернет-маркетинг	М. : Манн, Иванов и Фербер, Эксмо	2012	http://www.iprbookshop.ru/39654.html
Акулич И.Л.	Маркетинг	Минск: Вышэйшая школа	2010	http://www.iprbookshop.ru/20086.html
Майкл Стелзнер	Контент-маркетинг	М. : Манн, Иванов и Фербер	2013	http://www.iprbookshop.ru/39246.html
Бердышев С.Н.	Секреты эффективной интернет-рекламы	М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2012	http://www.iprbookshop.ru/5983.html
Алашкин П.	Все о рекламе и продвижении в Интернете	М. : Альпина Паблишер	2016	http://www.iprbookshop.ru/49301.html