

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Интернет-маркетинг

Авторы:

Гаврилина Ольга Павловна, к.э.н., доцент

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.04.02 Менеджмент, «Стратегическое развитие туризма»

Квалификация (степень) выпускника:

Магистр

Форма обучения: очная**Цель освоения дисциплины:**

Сформировать способность оценивать результаты для принятия стратегических и оперативных управленческих решений

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 и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

	Тема	Методы текущего контроля
Тема 1	Ключевые характеристики Интернет-маркетинга	Опрос, Эссе, Диспут
Тема 2	Маркетинговые исследования в Интернете	Опрос, Эссе, Диспут
Тема 3	Маркетинговые коммуникации в Интернете	Опрос, Эссе, Диспут
Тема 4	Интернет-сайт: разработка, продвижение и оценка эффективности	Опрос, Эссе, Диспут
Тема 5	Разработка и реализация маркетинговой стратегии в Интернете	Опрос, Эссе, Диспут

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): экзамен в виде разработки концепции создания Интернет-портала на любую тематику

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва: Дашков и К, 2019. — <https://www.iprbookshop.ru/85658.html>
2. Катаев, А. В. Интернет-маркетинг: учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева. — Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2018. <https://www.iprbookshop.ru/87414.html>