

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Беспалов Владимир Александрович Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Должность: Ректор МИЭТ Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

Дата подписания: 01.09.2023 16:02:29

«Национальный исследовательский университет

Уникальный программный ключ:

«Московский институт электронной техники»

ef5a4fe6ed0ffdf3f1a49d6ad1b49464dc1bf7354f736d76c818bea882b8d602



И.Г. Игнатова

«06» сентября 2020 г.

М.П.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Интернет-маркетинг»

Направление подготовки - 38.03.02 «Менеджмент»

Направленность (профиль) – «Маркетинг и управление инновационными проектами»

Москва 2020

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

Дисциплина участвует в формировании следующей компетенции образовательной программы:

Компетенция ПК-6 «Способен использовать возможности информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для решения задач сбыта» сформулирована на основе профессионального стандарта 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу».

Обобщенная трудовая функция - Проведение исследований в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», Разработка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Трудовая функция - Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Подкомпетенции, формируемые в дисциплине	Задачи профессиональной деятельности	Индикаторы достижения подкомпетенций
	- формирование предложений по совершенствованию системы продвижения товаров и услуг на внутренний и зарубежный рынки, в том числе с использованием возможностей информационно-телекоммуникационной среды «Интернет»	Знания: инструментов интернет-маркетинга и возможностей информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для решения задач сбыта. Умения: разрабатывать стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с целью решения задач сбыта. Опыт деятельности: в подборе каналов и формирования системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для решения задач сбыта.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы (является элективной).

Входные требования к дисциплине - изучение данной дисциплины базируется на знаниях, приобретенных студентами при изучении маркетинга, маркетинговых исследований, поведения потребителей, стратегического менеджмента, являясь их логическим продолжением и развивая знания, умения и навыки студентов.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Курс	Семестр	Общая трудоёмкость (ЗЕ)	Общая трудоёмкость (часы)	Контактная работа			Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация
				Лекции (часы)	Лабораторные работы (часы)	Практические занятия (часы)		
4	8	3	108	16	-	32	60	3а

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№ и наименование модуля	Контактная работа			Самостоятельная работа (часы)	Формы текущего контроля
	Лекции (часы)	Лабораторные работы (часы)	Практические занятия (часы)		
1. Введение в Интернет-маркетинг.	4	8	-	15	Тестирование №1. Введение в Интернет-маркетинг. Основные термины.
					Защита результатов выполнения кейса «Метод персонажей».
					Защита результатов выполнения кейса «Планирование рекламной кампании».
2. Инструменты Интернет-маркетинга.	8	16	-	30	Тестирование №2. Сайт компании. Контекстная реклама.
					Контроль выполнения и защита практического задания по созданию контекстной рекламной кампании в Яндекс Директ.
					Контроль выполнения кейса «Продвижение во «В Контакте».
					Контроль выполнения кейса «Рекламная кампания в Youtube».
3. Аналитика и анализ результатов в Интернет-маркетинге	4	8	-	15	Тестирование №3. Яндекс Метрика, Google Analytics.
					Контроль выполнения и защита практического задания «Разработка стратегии продвижения в Интернете товара/услуги».

4.1. Лекционные занятия

№ модуля дисциплины	№ лекции	Объем занятий (часы)	Краткое содержание
1	1	2	Предмет и задачи курса. Введение в интернет-маркетинг. История интернет-маркетинга. Инструменты интернет-маркетинга. Основные термины интернет-маркетинга.
	2	2	Стратегия интернет-маркетинга. Планирование в интернет-маркетинге. Цели, задачи, уникальное торговое предложение, анализ целевой аудитории, метод персонажей, анализ конкурентов, выбор каналов, оценка результатов.
2	3	2	Сайт компании: основные термины, создание сайта, аудит сайта. Понятие юзабилити, посадочные страницы. А/Б тестирование на сайте. Сервисы чата, обратного звонка, CRM. SEO – принципы, возможность использования. Требования к сайту с точки зрения поиска.
	4	2	Контекстная реклама. Основные термины. Рекламные системы Яндекс Директ, Гугл Эдвордс – описание, основные принципы. Контекстная реклама на поиске, в рекламной сети. Правила создания успешной рекламной кампании (сервисы подбора слов и прогноза бюджета, настройки, ключевые слова, объявления, модерация).
	5	2	Маркетинг в социальных сетях. Продвижение во «ВКонтакте». Продвижение в Facebook. Продвижение в Instagram. Продвижение в Яндекс Дзен.
	6	2	Видеореклама в Youtube. Видеореклама в Яндекс. E-mail маркетинг, инструменты поддержки лояльности. Товарные объявления, Яндекс-маркет.
3	7	2	Ключевые показатели эффективности (KPI). Анализ эффективности рекламной кампании. Основные системы аналитики – Яндекс Метрика, Google analytics. Статистика, основные отчеты.
	8	2	Заключение. Основные тренды и перспективы развития Интернет-маркетинга в России. Профессиональная деятельность в области Интернет-маркетинга.

4.2. Практические занятия

№ модуля дисциплины	№ практического занятия	Объем занятий (часы)	Наименование занятия
1	1	2	Освоение основных терминов интернет-маркетинга.
	2	2	Кейс-занятие. Кейс «Метод персонажей».
	3, 4	4	Разработка рекламной кампании. Проработка всех этапов на практических примерах.
2	5	2	Кейс-занятие. «Аудит сайта компании». Кейсы по аудиту сайтов. Примеры лендинга. Разбор примеров «эффективных» и «неэффективных» сайтов с точки зрения юзабилити.
	6	2	Разбор основных этапов поисковой оптимизации. Яндекс Вебмастер. Инструмент Веб-визор, Системы аналитики для оценки юзабилити.
	7, 8	4	Практикум по созданию контекстной рекламной кампании.
	9	2	Кейс-занятие. Кейсы по продвижению во «В Контакте».
	10	2	Кейс-занятие. Рекламная кампания в Youtube.
	11	2	Кейс-занятие. Настройка эффективной работы в Яндекс Маркет.
3	12	2	Особенности настройки email-маркетинга.
	13	2	Практикум по Яндекс Метрике.
	14	2	Практикум по Google Analytics.
	15,16	4	Презентация результатов практического задания.

4.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

4.4. Самостоятельная работа студентов

№ модуля Дисциплины	Объем занятий (часы)	Вид СРС
1	2	Подготовка и самостоятельное прохождение теста онлайн по предоставленной ссылке.
	9	Работа с учебными пособиями, конспектами лекций, материалами презентаций лекций и ресурсами Интернет по освоению учебного материала.
	4	Начало сбора данных для проектной работы «Разработка стратегии продвижения в Интернете товара/услуги». Выбор товара, услуги (сайта, компании).

№ модуля Дисциплины	Объем занятий (часы)	Вид СРС
2	4	Подготовка и самостоятельное прохождение теста онлайн по предоставленной ссылке.
	12	Работа с учебными пособиями, конспектами лекций, материалами презентаций лекций и ресурсами Интернет по освоению учебного материала.
	14	Выполнение индивидуальной проектной работы.
3	2	Подготовка и самостоятельное прохождение теста онлайн по предоставленной ссылке.
	9	Работа с учебными пособиями, конспектами лекций, материалами презентаций лекций и ресурсами Интернет по освоению учебного материала.
	4	Подготовка презентации результатов практического задания.

4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Не предусмотрены

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы студентов в составе УМК дисциплины (ОРИОКС, <http://orioks.miet.ru/>):

Модуль 1 «Введение в Интернет–маркетинг»

- ✓ Материалы для самостоятельного изучения теории в рамках выполнения текущих домашних заданий включают в себя тексты лекций 1-2, аналитические статьи, статьи с описанием реальных примеров из различных отраслей бизнеса, интерактивные ссылки на видеоматериалы. Методические указания студентам по освоению дисциплины. Рассылка осуществляется с целью обеспечения каждого студента полным объёмом информации для подготовки к тестам и семинарским занятиям.

Модуль 2 «Инструменты Интернет-маркетинга»

- ✓ Материалы для самостоятельного изучения теории в рамках выполнения текущих домашних заданий включают в себя тексты лекций 3-6, аналитические статьи, статьи с описанием реальных примеров из различных отраслей бизнеса, интерактивные ссылки на видеоматериалы. Методические указания студентам по освоению дисциплины. Рассылка осуществляется с целью обеспечения каждого студента полным объёмом информации для подготовки к тестам и семинарским занятиям.

Модуль 3 «Аналитика и анализ результатов в Интернет-маркетинге»

- ✓ Материалы для самостоятельного изучения теории в рамках выполнения текущих домашних заданий включают в себя тексты лекций 7-8, аналитические статьи, статьи с описанием реальных примеров из различных отраслей бизнеса, интерактивные ссылки на видеоматериалы. Методические указания студентам по освоению дисциплины. Рассылка осуществляется с целью обеспечения каждого студента полным объёмом информации для подготовки к тестам и семинарским занятиям.

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Литература

1. Интернет-маркетинг: Учеб. для академического бакалавриата / Под ред. О.Н. Романенковой. - М.: Юрайт, 2016. - 288 с. - URL: <https://urait.ru/bcode/389665> (дата обращения: 01.09.2019). - ISBN 978-5-9916-6762-3.
2. Юрасов А.В. Интернет-маркетинг / А.В. Юрасов, А.В. Иванов; Под ред. А.В. Юрасова. - М.: Горячая линия-Телеком, 2012. - 246 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/111121> (дата обращения: 01.09.2019). - ISBN 978-5-9912-0165-0.
3. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях: руководство / Д. Халилов. - Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. - 240 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/62082> (дата обращения: 01.09.2019). - ISBN 978-5-91657-759-4.
4. Броди, Я. Продающие рассылки: повышаем продажи, используя email-маркетинг / Я. Броди. - Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2014. - 208 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/62126> (дата обращения: 01.09.2019). - ISBN 978-5-00057-200-9.

Периодические издания

1. ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ / Издательский дом "Гребенников". - Москва : Гребенников, 2001 - . - URL: <http://grebennikov.ru/journal-2.html> (дата обращения: 01.09.2019). - Режим доступа: по подписке

7. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. Лань: электронно-библиотечная система. URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения: 20.09.2020).
2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000. – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 20.09.2020).

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В ходе реализации обучения используется смешанное обучение, основанное на интеграции технологий традиционного и электронного обучения, замещении части традиционных учебных форм занятий и самостоятельной работы студентов формами и видами взаимодействия преподавателей и обучающихся в электронной образовательной среде.

Обучение может реализовываться с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Применяются следующие модели обучения: «Перевернутый класс» и «Расширенная виртуальная модель».

Для взаимодействия студентов с преподавателем используются сервисы обратной связи: раздел ОРИОКС «Домашние задания», электронная почта, совместный чат в мессенджере WhatsApp.

В процессе обучения при проведении занятий и для самостоятельной работы используются внутренние электронные ресурсы ОРИОКС, <http://orioks.miet.ru/>

При проведении занятий и для самостоятельной работы используются внешние электронные ресурсы в формах:

- Сервис размещения контекстной рекламы Яндекс Директ URL: <https://direct.yandex.ru/> (дата обращения: 20.09.2020).
- Сервис размещения контекстной рекламы Гугл Реклама URL: <https://ads.google.com/> (дата обращения: 20.09.2020).
- Канал «Яндекс. Обучение рекламным технологиям» URL: <https://www.youtube.com/c/YandexADV/featured> (дата обращения: 20.09.2020).
- Канал Google Ads URL: <https://www.youtube.com/adwordshelp/videos> (дата обращения: 20.09.2020).
- Статистика ключевых слов URL: <https://wordstat.yandex.ru/> (дата обращения: 20.09.2020).
- Аналитика Яндекс Метрика URL: <https://metrika.yandex.ru/> (дата обращения: 20.09.2020).
- Аналитика Google Analytics URL: <https://analytics.google.com/analytics/> (дата обращения: 20.09.2020).
- Рекламный кабинет Facebook и Instagram URL: <https://www.facebook.com/business/> (дата обращения: 20.09.2020).
- Рекламный кабинет VK URL: https://vk.com/ads?act=office_help (дата обращения: 20.09.2020).

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Перечень программного обеспечения
Учебная аудитория	Мультимедийное оборудование	Операционная система Microsoft Windows, Microsoft Office, браузер (Firefox или Internet Explorer или Google Chrome); Acrobat reader DC
Учебная аудитория	Доска	Не требуется
Помещение для самостоятельной работы	Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду МИЭТ	Операционная система Microsoft Windows, Microsoft Office Professional Plus или Open Office, браузер (Firefox, Google Chrome); Acrobat reader DC

10. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕРКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ/ПОДКОМПЕТЕНЦИЙ

ФОС по компетенции ПК-6 «Способен использовать возможности информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для решения задач сбыта».

Фонд оценочных средств представлен отдельным документом и размещен в составе УМК дисциплины электронной информационной образовательной среды ОРИОКС// URL: <http://orioks.miet.ru/>.

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

11.1. Особенности организации процесса обучения

Посещение лекций и семинаров обязательно.

В процессе чтения лекций применяются презентации, содержащие различные виды информации: текстовые, графические и видео.

В процессе обучения большое внимание уделяется самостоятельной работе студента с электронными ресурсами с целью освоения инструментов интернет-маркетинга.

Помимо групповой работы на практических занятиях, студенты выполняют комплексное индивидуальное задание по выбранному проекту в рамках самостоятельной работы, и в конце семестра представляют отчет и презентацию.

При проведении консультирования по выполнению СРС используются современные технологии дистанционного взаимодействия (WhatsApp – мессенджер, электронная почта).

Результаты заданий СРС публично представляются на практических занятиях. Презентация должна отражать все этапы выполнения работы, содержать выводы и рекомендации. Дискуссии по результатам презентации проектных работ являются важной частью процесса обучения и способствуют более глубокому пониманию сути предмета.

11.2. Система контроля и оценивания

Для оценки успеваемости студентов по дисциплине используется накопительная балльная система. Баллами оцениваются: выполнение каждого контрольного мероприятия в семестре (в сумме 100 баллов).

По сумме баллов выставляется итоговая оценка по предмету. Структура и график контрольных мероприятий доступен в ОРИОКС// URL: <http://orioks.miet.ru/>.

Текущий контроль достигнутого уровня сформированности компетенции осуществляется в виде оценки:

- регулярное посещение занятий и активной работы на практических занятиях;
- обсуждение вынесенных в планах семинарских занятий вопросов тем и контрольных вопросов;
- решение задач, тестов и их обсуждение с точки зрения умения формулировать выводы, вносить рекомендации и принимать адекватные управленческие решения;
- выполнение ситуационных задач и бизнес-кейсов, обсуждение результатов;
- выполнение самостоятельной проектной работы по выбранной теме.

Итоговая аттестация проводится в форме зачета.

При выставлении итоговой оценки используется следующая шкала:

Сумма баллов	Оценка
Менее 50	Незачет
50 и более	Зачет

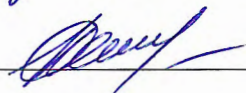
РАЗРАБОТЧИКИ:

Ассистент преподавателя кафедры МиУП



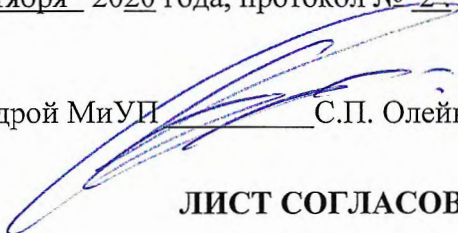
/Г.В. Окованцева/

Доцент кафедры МиУП, к.э.н., доцент



/О.М. Игрунова /

Рабочая программа дисциплины «Интернет-маркетинг» по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», направленности (профилю) «Маркетинг и управление инновационными проектами» разработана на кафедре МиУП и утверждена на заседании кафедры «2» октября 2020 года, протокол № 2.

Заведующий кафедрой МиУП  С.П. Олейник

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Рабочая программа согласована с Центром подготовки к аккредитации и независимой оценки качества

Начальник АНОК  / И.М.Никулина /

Рабочая программа согласована с библиотекой МИЭТ

Директор библиотеки  / Т.П.Филиппова /