

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Таганрогского института
имени А. П. Чехова (филиала)
РГЭУ (РИНХ)
_____ С. А. Петрушенко
«25» мая 2026 г.

**Рабочая программа дисциплины
Интернет-маркетинг**

Направление подготовки
09.03.03 Прикладная информатика

Направленность (профиль) программы бакалавриата
09.03.03.02 Разработка программного обеспечения

Для набора 2026 года

Квалификация
Бакалавр

КАФЕДРА информатики**Распределение часов дисциплины по семестрам / курсам**

Курс	4		5		Итого	
Вид занятий	УП	РП	УП	РП		
Лекции	2	2			2	2
Лабораторные	4	4	4	4	8	8
Итого ауд.	6	6	4	4	10	10
Контактная работа	6	6	4	4	10	10
Сам. работа	30	30	64	64	94	94
Часы на контроль			4	4	4	4
Итого	36	36	72	72	108	108

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 03.03.2026, протокол № 9.

Программу составил(и): канд. экон. наук, Доц., Тюшняков В.Н.

Зав. кафедрой: Тюшнякова И. А.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	формирование у обучающихся теоретико-методологических знаний и закрепление профессиональных умений и навыков в области интернет- маркетинга
-----	---

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-3:	Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ОПК-3.1:	Знает принципы, методы и средства решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ОПК-3.2:	Умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ОПК-3.3:	Владеет навыками подготовки обзоров, аннотаций, составления рефератов, научных докладов, публикаций, и библиографии по научно-исследовательской работе с учетом требований информационной безопасности
ПКО-2:	Способен эксплуатировать и сопровождать информационные системы и сервисы
ПКО-2.1:	Использует технологические и функциональные стандарты, современные модели и методы оценки качества и надежности при проектировании, конструировании и отладке программных средств
ПКО-2.2:	Проводит обследование организаций, выявляет информационные потребности пользователей, формирует требования к информационной системе, участвует в реинжиниринге прикладных и информационных процессов
ПКО-2.3:	Применяет к решению прикладных задач базовые алгоритмы обработки информации, выполняет оценку сложности алгоритмов, программирует и тестирует программы

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

Теоретические основы эксплуатации и сопровождения информационных систем и сервисов. Ключевые понятия, цели и задачи интернет-маркетинга, теоретические основы и виды бизнес коммуникаций (соотнесено с индикатором ПКО-2.1)
Подходы к решению стандартных задач интернет-маркетинга на основе применения информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности (соотнесено с индикатором ОПК-3.1)

Уметь:

Осуществлять эксплуатацию и сопровождение информационных систем и сервисов (соотнесено с индикатором ОПК-3.2)
Решать задачи профессиональной деятельности на основе информационно-коммуникационных технологий. Выбирать оптимальные маркетинговые инструменты и проводить маркетинговые исследования в сети Интернет. Определять эффективность разрабатываемых проектов интернет-маркетинга (соотнесено с индикатором ПКО-2.2)

Владеть:

Навыками эксплуатации и сопровождения информационных систем и сервисов в системе интернет-маркетинга. Навыками использования современных инструментов, применяемых при проведении комплекса мероприятий по интернет-маркетингу (соотнесено с индикатором ПКО-2.3)
Навыками применения инструментов продвижения товаров и услуг в интернете (соотнесено с индикатором ОПК-3.3)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Интернет-маркетинг

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
1.1	Маркетинговые основы изучения интернет-рынка Интернет-рынок и его структура. Интернет-маркетинг: основные понятия и концепции. Состояние и тенденции развития интернет-фирм в России	Лекционные занятия	4	2	ОПК-3 ПКО-2 ПКО-2.1 ПКО-2.2 ПКО-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3
1.2	Скрытый маркетинг. Контент-маркетинг. Аффилированный (партнерский) маркетинг	Самостоятельная работа	5	10	ОПК-3 ПКО-2 ПКО-2.1 ПКО-2.2 ПКО-2.3 ОПК-3.1

					ОПК-3.2 ОПК-3.3
1.3	Роль интерактивных материалов в интернет-маркетинге	Лабораторные занятия	4	4	ОПК-3 ПКО-2 ПКО-2.1 ПКО-2.2 ПКО-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3
1.4	Анализ сайтов определенной тематики по ряду критериев	Лабораторные занятия	5	4	ОПК-3 ПКО-2 ПКО-2.1 ПКО-2.2 ПКО-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3
1.5	Особенности ведения товарной политики в Интернете Информационные товары и интернет-товары. Товарная политика и товарные стратегии в Интернете. Оценка эффективности ведения товарной политики	Самостоятельная работа	4	4	ОПК-3 ПКО-2 ПКО-2.1 ПКО-2.2 ПКО-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3
1.6	Информационные и цифровые продукты. Сервисная политика в интернете. Распределительная политика в интернет-маркетинге. Коммуникационная политика в интернете. Торговля на аукционах в интернете	Самостоятельная работа	5	22	ОПК-3 ПКО-2 ПКО-2.1 ПКО-2.2 ПКО-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3
1.7	Проведение контент-анализа	Самостоятельная работа	4	4	ОПК-3 ПКО-2 ПКО-2.1 ПКО-2.2 ПКО-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3
1.8	Оценка конкурентоспособности товара с позиции маркетинга	Самостоятельная работа	4	4	ОПК-3 ПКО-2 ПКО-2.1 ПКО-2.2 ПКО-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3
1.9	Интернет-брендинг. Списки рассылки и дискуссионные листы	Самостоятельная работа	5	10	ОПК-3 ПКО-2 ПКО-2.1 ПКО-2.2 ПКО-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3
1.10	Особенности ведения ценовой политики в Интернете Цена и этапы ее формирования. Современные ценовые стратегии в Интернете. Модель ценообразования на интернет-рынке	Самостоятельная работа	4	4	ОПК-3 ПКО-2 ПКО-2.1 ПКО-2.2 ПКО-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3
1.11	Анализ аудитории сайта с помощью счетчика статистики	Самостоятельная работа	4	4	ОПК-3 ПКО-2 ПКО-2.1 ПКО-2.2 ПКО-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3
1.12	Связи с общественностью (PR)	Самостоятельная работа	5	6	ОПК-3 ПКО-2

					ПКО-2.1 ПКО-2.2 ПКО-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3
1.13	Особенности продвижения на различных интернет-площадках Поисковое продвижение сайтов. Вирусный маркетинг в Интернете. Email-маркетинг. Маркетинг в социальных сетях. Интернет-реклама	Самостоятельная работа	4	4	ОПК-3 ПКО-2 ПКО-2.1 ПКО-2.2 ПКО-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3
1.14	Форматы интернет-рекламы	Самостоятельная работа	4	2	ОПК-3 ПКО-2 ПКО-2.1 ПКО-2.2 ПКО-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3
1.15	Составление рекламного объявления. Заполнение брифа	Самостоятельная работа	4	2	ОПК-3 ПКО-2 ПКО-2.1 ПКО-2.2 ПКО-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3
1.16	Торговые интернет-площадки. Веб-сайт компании	Самостоятельная работа	5	12	ОПК-3 ПКО-2 ПКО-2.1 ПКО-2.2 ПКО-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3
1.17	SMM и SEO-продвижение	Самостоятельная работа	4	2	ОПК-3 ПКО-2 ПКО-2.1 ПКО-2.2 ПКО-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3
1.18	Управление репутацией в сети, создание бренда	Самостоятельная работа	5	4	ОПК-3 ПКО-2 ПКО-2.1 ПКО-2.2 ПКО-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3
1.19	Подготовка к промежуточной аттестации	Зачет	5	4	ОПК-3 ПКО-2 ПКО-2.1 ПКО-2.2 ПКО-2.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Учебные, научные и методические издания

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
--	------------------------	----------	-------------------	----------------------------

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
1	Акулич М. В.	Интернет-маркетинг: учебник	Москва: Дашков и К°, 2020	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573342
2	Калужский М. Л.	Практический маркетинг: учебник	Москва Берлин: Директ-Медиа, 2021	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598989
3	Абаев А. Л., Алексунин В. А., Гуриева М. Т., Корчагова Л. А., Малыгин А. В., Абаев А. Л., Алексунин В. А., Гуриева М. Т.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник	Москва: Дашков и К°, 2021	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600314
4	под редакцией Г.Л. Азоева	Цифровые маркетинговые коммуникации: введение в профессию. Учебник для вузов	Санкт-Петербург: Питер, 2021	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=373482
5	Бердышев, С. Н.	Информационный маркетинг: практическое пособие	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021	http://www.iprbookshop.ru/99365.html

5.1. Учебные, научные и методические издания

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
1	Катаев А. В., Катаева Т. М., Названова И. А.	Digital-маркетинг: учебное пособие	Ростов-на-Дону Таганрог: Южный федеральный университет, 2020	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598669
2	Катаев, А. В., Катаева, Т. М.	Интернет-маркетинг: учебное пособие	Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2018	http://www.iprbookshop.ru/87414.html

5.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Научная электронная библиотека <https://www.elibrary.ru>

Наборы открытых данных и датасетов по различным предметным областям <https://www.kaggle.com/>

Справочно-правовая система: <https://www.consultant.ru>

5.3. Перечень программного обеспечения

OpenOffice

5.4. Учебно-методические материалы для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;
- персональный компьютер / ноутбук (переносной);
- проектор;
- экран / интерактивная доска.

Лабораторные занятия проводятся в компьютерных классах, рабочие места в которых оборудованы необходимыми лицензионными и/или свободно распространяемыми программными средствами и выходом в Интернет, и/или в специализированных лабораториях, предусмотренных образовательной программой.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ОПК-3: Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности			
<i>Знать:</i> принципы, методы и средства решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.	Осуществление поиска и сбора необходимой литературы, изучение лекционного материала, основной и дополнительной литературы, подготовка доклада	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой; соответствие представленной информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет	ВЗ- вопросы к зачету(1-28), Д – доклад (1-20)
<i>Уметь:</i> решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.	Выполнение индивидуального домашнего задания, подготовка доклада, использование современных инструментальных средств	достоверность решения заданий с помощью программных средств, умение пользоваться инструментальными средствами и электронными ресурсами	ЛЗ- лабораторные задания(1-8), ИЗ- индивидуальное задание (1-4), Д – доклад (1-20)
<i>Владеть:</i> навыками подготовки обзоров, аннотаций, составления рефератов, научных докладов и библиографии по научно-исследовательской работе с учетом требований информационной безопасности.	Выполнение индивидуального домашнего задания, подготовка доклада, использование современных инструментальных средств	достоверность решения заданий с помощью программных средств, соответствие проблеме исследования, умение пользоваться инструментальными средствами и электронными ресурсами	ЛЗ- лабораторные задания(1-8), ИЗ- индивидуальное задание (1-4), Д – доклад (1-20)

ПКО-2: Способен эксплуатировать и сопровождать информационные системы и сервисы			
<i>Знать:</i> теоретические основы эксплуатации и сопровождения информационных систем и сервисов. Ключевые понятия, цели и задачи интернет-маркетинга, теоретические основы и виды бизнес коммуникаций. Подходы к решению стандартных задач профессиональной деятельности на основе применения ИКТ с учетом основных требований информационной безопасности.	Осуществление поиска и сбора необходимой литературы, изучение лекционного материала, основной и дополнительной литературы, подготовка доклада	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой; соответствие представленной информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет	ВЗ- вопросы к зачету(1-28), Д – доклад (1-20)
<i>Уметь:</i> осуществлять эксплуатацию и сопровождение информационных систем и сервисов. Решать задачи профессиональной деятельности на основе ИКТ. Выбирать оптимальные маркетинговые инструменты и проводить маркетинговые исследования в сети Интернет. Определять эффективность разрабатываемых проектов интернет-маркетинга.	Выполнение индивидуального домашнего задания, подготовка доклада, использование современных инструментальных средств	достоверность решения заданий с помощью программных средств, умение пользоваться инструментальными средствами и электронными ресурсами	ЛЗ- лабораторные задания(1-8), ИЗ- индивидуальное задание (1-4), Д – доклад (1-20)
<i>Владеть:</i> навыками эксплуатации и сопровождения информационных систем и сервисов в системе интернет-маркетинга. Навыками использования современных инструментов, применяемых при проведении комплекса мероприятий по интернет-маркетингу. Навыками применения инструментов продвижения товаров и услуг в интернете	Выполнение индивидуального домашнего задания, подготовка доклада, использование современных инструментальных средств	достоверность решения заданий с помощью программных средств, соответствие проблеме исследования, умение пользоваться инструментальными средствами и электронными ресурсами	ЛЗ- лабораторные задания(1-8), ИЗ- индивидуальное задание (1-4), Д – доклад (1-20)

1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

50-100 баллов (зачтено);

0-49 баллов (не зачтено).

2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к зачету

по дисциплине Интернет-маркетинг

1. Многообразие определений термина «маркетинг».
2. Девизы маркетинга. Принципы маркетинга.
3. Взаимосвязь понятий «нужда», «потребность», «спрос».
4. Условия осуществления (совершения) обмена. Условия сделки.
5. Понятия «рынок» и «потребительский рынок». Рынок продавца и рынок покупателя.
6. Модель маркетинга.
7. Функции маркетинга.
8. Комплекс маркетинга 4P (маркетинг-микс).
9. Многообразие определений интернет-маркетинга.
10. Как соотносятся интернет-маркетинг и традиционный маркетинг?
11. Понятие маркетинговых коммуникаций.
12. Факторы эффективности коммуникаций.
13. Каналы и способы продвижения на электронных рынках.
14. Позиционирование товаров и услуг.
15. Понятие целевой аудитории.
16. Этапы процесса определения целевой аудитории.
17. Типы сегментации целевой аудитории.
18. Этапы разработки коммуникационной стратегии.
19. Порядок создания SEO-копирайтинга.
20. Виды контента для онлайн статьи.
21. Таргетированная реклама.
22. Торговые интернет-площадки
23. Маркетинг в социальных сетях.
24. Интеллектуальный анализ маркетинговых данных.
25. Ключевые тренды интернет-экономики и интернет-рынков.
26. Организация интернет-опросов.
27. Интернет-брендинг.
28. Инструменты коммуникаций в интернет-маркетинге.

Зачетное задание включает 1 теоретический вопрос («Вопросы к зачету» и 1 практическое задание (формируется из перечня заданий, представленных в разделе «Лабораторные задания»).

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов за зачетное задание – 100 (50 баллов максимально за теоретический вопрос, 50 баллов максимально за практическое задание).

Критерии оценивания теоретического вопроса.

Критерии оценивания теоретического вопроса	Баллы
Изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе	41-50
Наличие твердых и достаточно полных знаний, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы	26-40
Неполный ответ на вопросы; затрудняется ответить на дополнительные вопросы	1-25
Ответ не связан с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы	0
<i>Максимальный балл за ответ на теоретический вопрос</i>	<i>50</i>

Критерии оценивания практического задания.

Критерии оценивания практического задания	Баллы
Задание выполнено в полном объеме, в представленном решении обоснованно получены правильные ответы, проведен анализ, дана грамотная интерпретация полученных результатов, сделаны выводы	41-50
Задание выполнено в полном объеме, но при анализе и интерпретации полученных результатов допущены незначительные ошибки, выводы – достаточно обоснованы, но неполны	26-40
Задание выполнено не в полном объеме, при анализе и интерпретации полученных результатов допущены ошибки, выводы – но неполные или отсутствуют	1-25
Задание выполнено полностью неверно или отсутствует решение	0
<i>Максимальный балл за решение практического задания</i>	<i>50</i>

Итоговый результат формируется из суммы набранных баллов за выполнение зачетного задания (1 теоретический вопрос и 1 практическое задание) и соответствует шкале:

- 50-100 баллов (зачтено);
- 0-49 баллов (не зачтено).

Лабораторные задания

по дисциплине Интернет-маркетинг

Тематика лабораторных работ

1. Роль интерактивных материалов в интернет-маркетинге
2. Анализ сайтов определенной тематики по ряду критериев
3. Проведение контент-анализа
4. SEO-копирайтинг
5. Оценка уровня конкуренции поисковых запросов
6. Интеллектуальный анализ маркетинговых данных
7. Анализ развития интернет-экономики и интернет-рынков
8. Инструменты создания и поддержки сайта

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 40 (за 8 лабораторных заданий).

Для каждого лабораторного задания:

Критерий оценивания	Баллы
Задание выполнено в полном объеме, в представленном решении обоснованно получены правильные ответы, проведен анализ, дана грамотная интерпретация полученных результатов, сделаны выводы	5
Задание выполнено в полном объеме, но при анализе и интерпретации полученных результатов допущены незначительные ошибки, выводы – достаточно обоснованы, но неполны	3-4
Задание выполнено частично, отсутствует анализ и интерпретация полученных результатов допущены значительные ошибки, отсутствуют выводы	1-2
Задание выполнено полностью неверно или отсутствует решение	0
<i>Максимальный балл за одно лабораторное задание</i>	5

Перечень тем для докладов по дисциплине Интернет-маркетинг

1. Определение интернет-маркетинга как части маркетинга.
2. Поиск свободных ниш. Анализ и критерии принятия решения по открытию проекта.
3. Принципы и особенности составления бизнес-плана по Интернет-проекту.
4. Основные подходы к дизайну и usability Интернет-проектов.
5. Ценообразование товаров и услуг в Интернете.
6. Параметры эффективности медийной рекламы.
7. Продвижение проектов в социальных сетях.
8. Вирусное продвижение проектов.
9. Поисковое продвижение.
10. Прямой маркетинг.
11. Закупка новостного трафика. Источники, критерии эффективности.
12. Преимущества и недостатки контекстной рекламы.
13. Принципы и критерии участия интернет-магазинов в Яндекс.Маркете.
14. Мобильные сервисы. Создание, монетизация, критерии эффективности.
15. Основные системы статистики.
16. Целевая аудитория. Принципы удержания и наращивания аудитории.
17. Якорные сервисы.
18. Понятие, виды и особенности работы интернет-аукционов.
19. Оплата товаров в сети Интернет: способы, виды и их характеристика.
20. Способы привлечения и увеличения доверия посетителей к интернет-магазину.

Критерии оценивания:

- 15-30 баллов - выставляется обучающемуся, если тема соответствует содержанию доклада; основные понятия проблемы изложены верно; сделаны обобщения и сопоставления различных точек зрения по рассматриваемому вопросу; сделаны и аргументированы основные выводы, доклад сопровождается разработанной мультимедийной презентацией;

- 0-14 баллов - выставляется обучающемуся, если содержание не соответствует теме; нет ссылок на использованные источники; тема не полностью раскрыта; нет выводов.

Темы индивидуальных заданий

по дисциплине Интернет-маркетинг

ИЗ 1.

1. Проведите анализ главной страницы сайта (по выбору студента) на уникальность.
2. Примите решение о поисковых запросах, под которые должна быть оптимизирована данная страница данного интернет-ресурса.
3. В системе seorult.ru, определив целевые страницы под выбранные для главной страницы запросы, определите возможный бюджет на продвижение по данным словам.
4. Оптимизируйте и придайте уникальность выбранной странице.

ИЗ 2.

1. Создайте группу (сообщество) в социальной сети vk.com, ориентированную на продвижение сформулированного ранее бизнеса для конкретных целевых аудиторий. Настройте ее основные параметры (Действия → Управление сообществом → Настройки).
2. Разработайте 2–3 варианта контента для группы и предложите методы увеличения количества участников группы.

ИЗ 3.

- Проведите пользовательский анализ сайта (на выбор) по следующим этапам:
- 1) определите формат сайта и тип его содержимого, количество страниц сайта;
 - 2) выявите ключевую цель сайта как инструмента бизнес-проекта (с точки зрения создателя/владельца сайта);
 - 3) опишите ключевые гипотезы (предположения) о том, для чего предназначен данный сайт с точки зрения пользователя (необходимо описать 2–3 гипотезы);
 - 4) изучите содержимое сайта и проверьте установленные вами гипотезы;
 - 5) опишите целевую аудиторию сайта в зависимости от тех пользовательских задач, которые решает сайт для каждой группы. Можете обозначить группы пользователей по отношению к продукту компании, представляющей сайт, или по отношению к содержанию самого сайта;
 - 6) выявите функции сайта, которые, на ваш взгляд, должны быть отражены для решения пользовательских задач каждой группы целевой аудитории сайта (компании).

ИЗ 4.

Выполните анализ контента сообщества социальной сети по направлению (на выбор): личный блог, бьюти-блог, профессиональное сообщество, спортивный блог, маркетинг и продажи, развлекательное сообщество (определите целевую аудиторию сообщества согласно пользовательским задачам, опишите основные типы контента, которые присутствуют в сообществе, выявите наиболее популярные темы, которые вызывают больший интерес у подписчиков, оцените уровень взаимодействия администрации сообщества с участниками – обратная связь, интерактивы, обновления, оцените степень уникальности контента в сообществе, наличие собственных идей контента, сделайте выводы относительно соответствия контента сообщества интересам целевой аудитории).

Критерии оценивания:

- 28-30 баллов - выставляется обучающему, если все пункты задания выполнены безошибочно;
- 11-27 баллов - выставляется обучающему, если задание, большей частью, выполнено или выполнено с ошибками.
- 0-10 баллов - выставляется обучающему, если задание выполнено с существенными ошибками, выполнено наполовину или не выполнено содержание не

соответствует теме; нет ссылок на использованные источники; тема не полностью раскрыта; нет выводов.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет проводится по расписанию промежуточной аттестации в устном виде. Количество вопросов в зачетном задании – 2 (1 теоретический вопрос и 1 практическое задание). Объявление результатов производится в день зачета. Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку обучающегося.

Обучающиеся, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику промежуточной аттестации, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по освоению дисциплины адресованы студентам всех форм обучения.

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- лабораторные работы.

Важным условием успешного освоения дисциплины «Интернет-маркетинг» является создание системы правильной организации труда, позволяющей распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком образовательного процесса. В ходе лекционных занятий рассматриваются теоретические основы, понятия, методы и проблемы интернет-маркетинга. Знакомство с дисциплиной происходит уже на первой лекции, где от обучающегося требуется не просто внимание, но и самостоятельное оформление конспекта. При работе с конспектом лекций необходимо учитывать тот фактор, что одни лекции дают ответы на конкретные вопросы темы, другие – лишь выявляют взаимосвязи между явлениями, помогая обучающемуся понять глубинные процессы развития изучаемого предмета.

Изучение дисциплины проходит с акцентом на лабораторные работы. В ходе лабораторных занятий развиваются умения и навыки использования различных инструментов интеллектуального анализа данных. Все задания к лабораторным занятиям рекомендуется выполнять непосредственно после соответствующей темы лекционного курса, что способствует лучшему усвоению материала, позволяет своевременно выявить и устранить «пробелы» в знаниях, систематизировать ранее пройденный материал, на его основе приступить к овладению новыми знаниями и навыками.

В процессе подготовки к лабораторным занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Лабораторные занятия проводятся в компьютерных классах с применением специально разработанных учебно-методических материалов, в которых изложены

подробные методические рекомендации по изучению каждой темы и выполнению заданий. Наличие таких учебно-методических и дидактических материалов позволяет каждому обучающемуся работать в своем индивидуальном темпе, а также дополнительно прорабатывать изучаемый материал во время самостоятельных занятий.

Перед выполнением лабораторной работы требуется получить вариант задания. Далее необходимо ознакомиться с заданием. Выполнение лабораторной работы следует начать с изучения теоретических сведений, которые приводятся в соответствующих методических указаниях. Результаты работы необходимо оформить в виде отчета. Лабораторная работа считается выполненной, если предоставлен отчет о результатах выполнения задания; проведена защита проделанной работы. Защита проводится в два этапа: демонстрация результатов выполнения задания; ответы на вопросы из перечня контрольных вопросов, который приводится в задании на лабораторную работу.

Для успешного овладения предлагаемым курсом обучающийся должен обладать определённой информационной культурой: навыками работы с литературой, умением определять и находить информационные ресурсы, соответствующие целям и задачам образовательного процесса, получать к ним доступ и использовать в целях повышения эффективности своей профессиональной деятельности. При изучении данного курса необходимо использовать компьютер, изучать дополнительные информационные ресурсы.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации обучающиеся могут воспользоваться электронно-библиотечными системами.