

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
«Интернет маркетинг»
подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 – «Менеджмент»
профиль «Маркетинг»

1. Цель дисциплины:

формирование у учащихся совокупности знаний в области теории и практики интернет-маркетинга; получение ими умений и навыков самостоятельной разработки программ интернет-маркетинга.

Изучается в 7 семестре (очная форма), 8 семестре (заочная форма).

Задачи дисциплины:

- изложение теоретических основ интернет-маркетинга (основных понятий, концепций, моделей, категорий);
- изучение методов и технологий маркетинга в среде Интернет, принятых в мировой практике;
- ознакомление с основами практического интернет-маркетинга (моделями и методами, практическими подходами и приемами, используемыми в диагностике проблемной ситуации);
- обеспечение обучающихся необходимыми знаниями в области планирования маркетинговой деятельности в сети Интернет; получение умений и навыков самостоятельной разработки и проектирования деятельности в области интернет-маркетинга;
- получение практических навыков в применении изучаемых инструментов и методов разработки и принятия управленческих решений при помощи проигрывания конкретных ситуаций и решения практических задач.

2. Место дисциплины в структуре ОП. Дисциплина относится к вариативной части и является дисциплиной модуля дисциплин по выбору 7 семестра (очная форма) / 8 семестра (заочная форма), углубляющих освоение профиля.

Дисциплине предшествуют следующие дисциплины: «Информационные технологии профессиональной деятельности», «Иностранный язык», «Маркетинг», «Маркетинговые коммуникации».

Дисциплина является предшествующей для изучения следующих дисциплин: «Основы брендинга», «Международный маркетинг», «Управление торговыми запасами».

3. Требования к результатам освоения дисциплины.

Владение базовыми теоретическими знаниями и практическими профессиональными навыками управления маркетинговой деятельностью организаций (**ПКП-1**).

Способность разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг (**ПКП-4**).

В результате изучения дисциплины студент должен

знать:

- историю развития интернет-бизнеса;
- количественные и качественные характеристики интернет-аудитории;
- формы коммуникаций между предпринимательскими структурами и потребителями в сети Интернет;
- основные поисковые системы и каталоги в России и за рубежом;
- особенности регистрации в каталогах; способы оптимизации веб-сайта под поисковые системы;
- виды рекламы по электронной почте;
- особенности работы с собственными рассылками;

- особенности интернет-рекламы; форматы рекламных сообщений;
- типы рекламных площадок;
- методы оценки эффективности интернет-рекламы;

уметь:

- выбирать оптимальные формы коммуникаций с потребителями через Интернет;
- использовать веб-сайт как инструмент маркетинга;
- позиционировать веб-сайт в поисковых системах и каталогах;
- составлять описания сайта для каталогов;
- оптимизировать веб-сайт под поисковые системы;
- определять способы рекламы посредством электронной почты;
- вести корпоративные электронные рассылки;
- планировать рекламные кампании в Интернете;
- выбирать способы оценки эффективности интернет-рекламы;
- вести партнерские отношения;
- выбирать баннерообменные сети;
- использовать оффлайн-среду для продвижения интернет-проектов.

владеть:

- методами анализа и оценки управленческих решений;
- навыками базового анализа внутренней и внешней среды организации;
- подходами к решению типовых управленческих задач, возникающих при решении задач в интернет-маркетинге.

Распределение времени по видам занятий

Очная форма:

Объем часов аудиторных занятий 54 час.

Лекции 18 час.

Семинарские и практические занятия 36 час.

Зачет

Самостоятельная работа студентов (СРС) 54 час.

В т.ч. контрольная работа.

ИТОГО: Общая трудоемкость дисциплины 108 часов (3 з.е.).

Заочная форма:

Объем часов аудиторных занятий 12 час.

Лекции 4 час.

Семинарские и практические занятия 8 час.

Зачет

Самостоятельная работа студентов (СРС) 96 час.

В т.ч. контрольная работа.

ИТОГО: Общая трудоемкость дисциплины 108 часов (3 з.е.).