

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Интернет - маркетинг (продвинутый курс)»

Дисциплина «Интернет - маркетинг (продвинутый курс)» является частью программы магистратуры «Стратегический менеджмент и управление инновациями» по направлению «38.04.02 Менеджмент».

Цели и задачи дисциплины

Цели дисциплины: ознакомление студентов с широкими возможностями маркетинговой деятельности в Интернете – стратегией и планированием маркетинговой деятельности организации в Интернете, маркетинговыми исследованиями в Интернете, контент-маркетингом, онлайн-продвижением. Задачи дисциплины: - формирование знаний об интернет-стратегии, постановке целей и задач в Интернет-маркетинге; - формирование умений планирования маркетинговой деятельности организации в Интернете, проведения программы онлайн-продвижения; - формирование навыков проведения маркетинговых исследований в Интернете, создания посадочных страниц, создания и настройки контекстной рекламы с последующей оценкой эффективности результатов..

Изучаемые объекты дисциплины

- маркетинговая деятельность организации; - маркетинговые исследования; - глобальная среда Интернет; - веб-сайт организации; - управление деятельностью в сфере продвижения организации, ее товаров и услуг; - методы и приёмы маркетинга в Интернете..

Объем и виды учебной работы

| Вид учебной работы | Всего часов | Распределение по семестрам в часах | |
|--|-------------|------------------------------------|--|
| | | Номер семестра | |
| | | 2 | |
| 1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме: | 44 | 44 | |
| 1.1. Контактная аудиторная работа, из них: | | | |
| - лекции (Л) | 16 | 16 | |
| - лабораторные работы (ЛР) | | | |
| - практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ) | 26 | 26 | |
| - контроль самостоятельной работы (КСР) | 2 | 2 | |
| - контрольная работа | | | |
| 1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС) | 64 | 64 | |
| 2. Промежуточная аттестация | | | |
| Экзамен | | | |
| Дифференцированный зачет | | | |
| Зачет | 9 | 9 | |
| Курсовой проект (КП) | | | |
| Курсовая работа (КР) | | | |
| Общая трудоемкость дисциплины | 108 | 108 | |

Краткое содержание дисциплины

| Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием | Объем аудиторных занятий по видам в часах | | | Объем внеаудиторных занятий по видам в часах |
|--|---|----|----|--|
| | Л | ЛР | ПЗ | СРС |
| 2-й семестр | | | | |

| Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием | Объем аудиторных занятий по видам в часах | | | Объем внеаудиторных занятий по видам в часах |
|---|---|----|----|--|
| | Л | ЛР | ПЗ | СРС |
| Модуль 3. Контент-маркетинг. Интеграция offline и online продвижения. Веб-аналитика. | 6 | 0 | 10 | 22 |
| Тема 5. Контент-маркетинг. Основные правила написания текстов для Интернет пространства. Поиск тем, оптимизация статей. Критерии качества контента. Составление контент-плана. Рекомендации по оформлению блога и контент-маркетингу. Тема 6. Интеграция offline и online продвижения. Разработка программы продвижения offline-продвижения. Разработка программы продвижения online-продвижения. Медиапланирование. Составление медиа-плана. Взаимодействие offline маркетинговых инструментов и online с целью эффективной реализации бизнес-задач. Тема 7. Веб-аналитика. Анализ KPI и метрик по направлениям Интернет-маркетинга. Определение ROI. Анализ звонков. Карта клинов Webvisor. Анализ эффективности сайта. | | | | |
| Модуль 2. Маркетинговые исследования в Интернете | 6 | 0 | 8 | 22 |
| Тема 3. Организация проведения маркетинговых исследований. Организация маркетинговых исследований в интернете. Основные методы исследований. Конкурентная разведка, бенчмаркинг. Контроль при проведении маркетинговых исследований в Интернете. Тема 4. Методы поиска информации в Интернете. Методы получения первичной информации средствами сети Интернет. Опросы в сети, сервисы проведения опросов. Средства для составления анкет и сбора данных. Поиск по нетекстовой информации. Поиск маркетинговой информации в блог-сфере. Инструментарий и способы анализа целевой аудитории в Интернете. | | | | |
| Модуль 1. Стратегия и планирование маркетинговой деятельности компании в Интернете | 4 | 0 | 8 | 20 |
| Тема 1. Бизнес в Интернете. Бизнес-модели организаций в Интернет: модели поддержки существующего бизнеса и модели создания нового бизнеса. Электронная коммерция. Компоненты бизнес-модели электронного | | | | |

| Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием | Объем аудиторных занятий по видам в часах | | | Объем внеаудиторных занятий по видам в часах |
|---|---|----|----|--|
| | Л | ЛР | ПЗ | СРС |
| бизнеса. Тема 2. Стратегия и планирование маркетинговой деятельности компании в Интернете. Анализ конкурентов, рынка и целевой аудитории. Определение стратегии, постановка целей и задач в Интернет-маркетинге. Стратегии маркетинговой деятельности организации в Интернете. | | | | |
| ИТОГО по 2-му семестру | 16 | 0 | 26 | 64 |
| ИТОГО по дисциплине | 16 | 0 | 26 | 64 |