

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Интернет - маркетинг»

Дисциплина «Интернет - маркетинг» является частью программы бакалавриата «Менеджмент (общий профиль , СУОС)» по направлению «38.03.02 Менеджмент».

Цели и задачи дисциплины

Цели дисциплины: формирование у студентов комплексного представления о целях, методах и инструментах интернет-маркетинга. Задачи дисциплины: - сформировать знания о digital-стратегии её разработке — сборе внутренней информации, анализе конкурентов, постановке целей и задач в интернет-маркетинге; - сформировать компетенции выбора digital-инструментов, планирования маркетинговой деятельности в Интернете, определения показателей её эффективности и способов их замера; - сформировать навыки проведения маркетинговых исследований в Интернете, разработки структуры сайта и определения требований к контенту страниц, выбора инструментов контекстной рекламы, сбора семантики и написания объявлений..

Изучаемые объекты дисциплины

- маркетинговая деятельность организации; - методы и приёмы маркетинга в Интернете; - веб-сайт организации; - веб-аналитика; - поисковая оптимизация (SEO); - контекстная реклама..

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		4
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	54	54
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:		
- лекции (Л)	14	14
- лабораторные работы (ЛР)		
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	36	36
- контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
- контрольная работа		
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	54	54
2. Промежуточная аттестация		
Экзамен	36	36
Дифференцированный зачет		
Зачет		
Курсовой проект (КП)		
Курсовая работа (КР)		
Общая трудоемкость дисциплины	144	144

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
4-й семестр				
SEO – поисковая оптимизация сайта	4	0	12	18
Что такое поисковая оптимизация и как она работает. Факторы ранжирования — внутренние, внешние, коммерческие, поведенческие факторы. Стратегии оптимизации. Этапы работ по оптимизации. Семантическое ядро сайта, виды запросов, построение структуры сайта. Базовая оптимизация сайта.				
Web-аналитика: показатели, технологии и инструменты	4	0	12	14
Основные показатели интернет-маркетинга: сайт, реклама, финансы, клиенты. Источники трафика и UTM-метки. Как работает веб-аналитика. Обзор основных сервисов веб-аналитики. Аналитические системы, сервисы call-трекинга и email-трекинга, cgm-системы, сквозная аналитика. Яндекс.Метрика — обзор, основные отчёты, установка и настройка счетчика, цели их виды. Google Tag Manager – обзор, работа, установка тегов.				
Контекстная реклама: Яндекс Директ	3	0	8	12
Особенности контекстной рекламы. Инструменты Яндекс.Директ. Форматы рекламы. Работа с семантикой для контекстной рекламой, подбор масок, сбор хвостов. Работа с аккаунтом и его настройка. Аукцион и его виды. Реклама на поиске, виды объявлений и их написание. Реклама в РСЯ и её особенности.				
Маркетинг организации в Интернете	3	0	4	10
Задачи интернет-маркетинга. Основные профессии в интернет-маркетинге. Стратегия интернет-маркетинга, её составляющие и этапы разработки. Брифинг и конкурентный анализ. Сайты, их элементы и виды. Юзабилити и конверсия. Инструменты привлечения трафика.				
ИТОГО по 4-му семестру	14	0	36	54
ИТОГО по дисциплине	14	0	36	54