

## 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