

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Беспалов Владимир Александрович Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Должность: Ректор МИЭТ

Дата подписания: 01.09.2023 16:02:29

Уникальный программный ключ:

ef5a4fe6ed0ffdf3f1a49d6ad1b49464dc1bf7354f736d76c818bea882b8d602

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Национальный исследовательский университет

«Московский институт электронной техники»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

И.Г. Игнатова

«06» сентября 2020 г.

М.П.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Интернет-маркетинг»

Направление подготовки - 38.03.02 «Менеджмент»

Направленность (профиль) – «Маркетинг и управление инновационными проектами»

Москва 2020

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

Дисциплина участвует в формировании следующей компетенции образовательной программы:

Компетенция ПК-6 «Способен использовать возможности информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для решения задач сбыта» сформулирована на основе профессионального стандарта 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу».

Обобщенная трудовая функция - Проведение исследований в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», Разработка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Трудовая функция - Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Подкомпетенции, формируемые в дисциплине	Задачи профессиональной деятельности	Индикаторы достижения подкомпетенций
	- формирование предложений по совершенствованию системы продвижения товаров и услуг на внутренний и зарубежный рынки, в том числе с использованием возможностей информационно-телекоммуникационной среды «Интернет»	Знания: инструментов интернет-маркетинга и возможностей информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для решения задач сбыта. Умения: разрабатывать стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с целью решения задач сбыта. Опыт деятельности: в подборе каналов и формирования системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для решения задач сбыта.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы (является элективной).

Входные требования к дисциплине - изучение данной дисциплины базируется на знаниях, приобретенных студентами при изучении маркетинга, маркетинговых исследований, поведения потребителей, стратегического менеджмента, являясь их логическим продолжением и развивая знания, умения и навыки студентов.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Курс	Семестр	Общая трудоёмкость (ЗЕ)	Общая трудоёмкость (часы)	Контактная работа			Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация
				Лекции (часы)	Лабораторные работы (часы)	Практические занятия (часы)		
4	8	3	108	16	-	32	60	3а

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№ и наименование модуля	Контактная работа			Самостоятельная работа (часы)	Формы текущего контроля
	Лекции (часы)	Лабораторные работы (часы)	Практические занятия (часы)		
1. Введение в Интернет-маркетинг.	4	8	-	15	Тестирование №1. Введение в Интернет-маркетинг. Основные термины.
					Защита результатов выполнения кейса «Метод персонажей».
					Защита результатов выполнения кейса «Планирование рекламной кампании».
2. Инструменты Интернет-маркетинга.	8	16	-	30	Тестирование №2. Сайт компании. Контекстная реклама.
					Контроль выполнения и защита практического задания по созданию контекстной рекламной кампании в Яндекс Директ.
					Контроль выполнения кейса «Продвижение во «В Контакте».
					Контроль выполнения кейса «Рекламная кампания в Youtube».
3. Аналитика и анализ результатов в Интернет-маркетинге	4	8	-	15	Тестирование №3. Яндекс Метрика, Google Analytics.
					Контроль выполнения и защита практического задания «Разработка стратегии продвижения в Интернете товара/услуги».

4.1. Лекционные занятия

№ модуля дисциплины	№ лекции	Объем занятий (часы)	Краткое содержание
1	1	2	Предмет и задачи курса. Введение в интернет-маркетинг. История интернет-маркетинга. Инструменты интернет-маркетинга. Основные термины интернет-маркетинга.
	2	2	Стратегия интернет-маркетинга. Планирование в интернет-маркетинге. Цели, задачи, уникальное торговое предложение, анализ целевой аудитории, метод персонажей, анализ конкурентов, выбор каналов, оценка результатов.
2	3	2	Сайт компании: основные термины, создание сайта, аудит сайта. Понятие юзабилити, посадочные страницы. А/Б тестирование на сайте. Сервисы чата, обратного звонка, CRM. SEO – принципы, возможность использования. Требования к сайту с точки зрения поиска.
	4	2	Контекстная реклама. Основные термины. Рекламные системы Яндекс Директ, Гугл Эдвордс – описание, основные принципы. Контекстная реклама на поиске, в рекламной сети. Правила создания успешной рекламной кампании (сервисы подбора слов и прогноза бюджета, настройки, ключевые слова, объявления, модерация).
	5	2	Маркетинг в социальных сетях. Продвижение во «ВКонтакте». Продвижение в Facebook. Продвижение в Instagram. Продвижение в Яндекс Дзен.
	6	2	Видеореклама в Youtube. Видеореклама в Яндекс. E-mail маркетинг, инструменты поддержки лояльности. Товарные объявления, Яндекс-маркет.
3	7	2	Ключевые показатели эффективности (KPI). Анализ эффективности рекламной кампании. Основные системы аналитики – Яндекс Метрика, Google analytics. Статистика, основные отчеты.
	8	2	Заключение. Основные тренды и перспективы развития Интернет-маркетинга в России. Профессиональная деятельность в области Интернет-маркетинга.

4.2. Практические занятия

№ модуля дисциплины	№ практического занятия	Объем занятий (часы)	Наименование занятия
1	1	2	Освоение основных терминов интернет-маркетинга.
	2	2	Кейс-занятие. Кейс «Метод персонажей».
	3, 4	4	Разработка рекламной кампании. Проработка всех этапов на практических примерах.
2	5	2	Кейс-занятие. «Аудит сайта компании». Кейсы по аудиту сайтов. Примеры лендинга. Разбор примеров «эффективных» и «неэффективных» сайтов с точки зрения юзабилити.
	6	2	Разбор основных этапов поисковой оптимизации. Яндекс Вебмастер. Инструмент Веб-визор, Системы аналитики для оценки юзабилити.
	7, 8	4	Практикум по созданию контекстной рекламной кампании.
	9	2	Кейс-занятие. Кейсы по продвижению во «В Контакте».
	10	2	Кейс-занятие. Рекламная кампания в Youtube.
	11	2	Кейс-занятие. Настройка эффективной работы в Яндекс Маркет.
	12	2	Особенности настройки email-маркетинга.
3	13	2	Практикум по Яндекс Метрике.
	14	2	Практикум по Google Analytics.
	15,16	4	Презентация результатов практического задания.

4.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

4.4. Самостоятельная работа студентов

№ модуля Дисциплины	Объем занятий (часы)	Вид СРС
1	2	Подготовка и самостоятельное прохождение теста онлайн по предоставленной ссылке.
	9	Работа с учебными пособиями, конспектами лекций, материалами презентаций лекций и ресурсами Интернет по освоению учебного материала.
	4	Начало сбора данных для проектной работы «Разработка стратегии продвижения в Интернете товара/услуги». Выбор товара, услуги (сайта, компании).

№ модуля Дисциплины	Объем занятий (часы)	Вид СРС
2	4	Подготовка и самостоятельное прохождение теста онлайн по предоставленной ссылке.
	12	Работа с учебными пособиями, конспектами лекций, материалами презентаций лекций и ресурсами Интернет по освоению учебного материала.
	14	Выполнение индивидуальной проектной работы.
3	2	Подготовка и самостоятельное прохождение теста онлайн по предоставленной ссылке.
	9	Работа с учебными пособиями, конспектами лекций, материалами презентаций лекций и ресурсами Интернет по освоению учебного материала.
	4	Подготовка презентации результатов практического задания.

4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Не предусмотрены

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы студентов в составе УМК дисциплины (ОРИОКС, <http://orioks.miet.ru/>):

Модуль 1 «Введение в Интернет–маркетинг»

- ✓ Материалы для самостоятельного изучения теории в рамках выполнения текущих домашних заданий включают в себя тексты лекций 1-2, аналитические статьи, статьи с описанием реальных примеров из различных отраслей бизнеса, интерактивные ссылки на видеоматериалы. Методические указания студентам по освоению дисциплины. Рассылка осуществляется с целью обеспечения каждого студента полным объёмом информации для подготовки к тестам и семинарским занятиям.

Модуль 2 «Инструменты Интернет-маркетинга»

- ✓ Материалы для самостоятельного изучения теории в рамках выполнения текущих домашних заданий включают в себя тексты лекций 3-6, аналитические статьи, статьи с описанием реальных примеров из различных отраслей бизнеса, интерактивные ссылки на видеоматериалы. Методические указания студентам по освоению дисциплины. Рассылка осуществляется с целью обеспечения каждого студента полным объёмом информации для подготовки к тестам и семинарским занятиям.

Модуль 3 «Аналитика и анализ результатов в Интернет-маркетинге»

- ✓ Материалы для самостоятельного изучения теории в рамках выполнения текущих домашних заданий включают в себя тексты лекций 7-8, аналитические статьи, статьи с описанием реальных примеров из различных отраслей бизнеса, интерактивные ссылки на видеоматериалы. Методические указания студентам по освоению дисциплины. Рассылка осуществляется с целью обеспечения каждого студента полным объёмом информации для подготовки к тестам и семинарским занятиям.

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Литература

1. Интернет-маркетинг: Учеб. для академического бакалавриата / Под ред. О.Н. Романенковой. - М.: Юрайт, 2016. - 288 с. - URL: <https://urait.ru/bcode/389665> (дата обращения: 01.09.2019). - ISBN 978-5-9916-6762-3.
2. Юрасов А.В. Интернет-маркетинг / А.В. Юрасов, А.В. Иванов; Под ред. А.В. Юрасова. - М.: Горячая линия-Телеком, 2012. - 246 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/111121> (дата обращения: 01.09.2019). - ISBN 978-5-9912-0165-0.
3. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях: руководство / Д. Халилов. - Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. - 240 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/62082> (дата обращения: 01.09.2019). - ISBN 978-5-91657-759-4.
4. Броди, Я. Продающие рассылки: повышаем продажи, используя email-маркетинг / Я. Броди. - Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2014. - 208 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/62126> (дата обращения: 01.09.2019). - ISBN 978-5-00057-200-9.

Периодические издания

1. ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ / Издательский дом "Гребенников". - Москва : Гребенников, 2001 - . - URL: <http://grebennikon.ru/journal-2.html> (дата обращения: 01.09.2019). - Режим доступа: по подписке

7. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. Лань: электронно-библиотечная система. URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения: 20.09.2020).
2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000. – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 20.09.2020).

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В ходе реализации обучения используется смешанное обучение, основанное на интеграции технологий традиционного и электронного обучения, замещении части традиционных учебных форм занятий и самостоятельной работы студентов формами и видами взаимодействия преподавателей и обучающихся в электронной образовательной среде.

Обучение может реализовываться с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Применяются следующие модели обучения: «Перевернутый класс» и «Расширенная виртуальная модель».

Для взаимодействия студентов с преподавателем используются сервисы обратной связи: раздел ОРИОКС «Домашние задания», электронная почта, совместный чат в мессенджере WhatsApp.

В процессе обучения при проведении занятий и для самостоятельной работы используются внутренние электронные ресурсы ОРИОКС, <http://orioks.miet.ru/>

При проведении занятий и для самостоятельной работы используются внешние электронные ресурсы в формах:

- Сервис размещения контекстной рекламы Яндекс Директ URL: <https://direct.yandex.ru/> (дата обращения: 20.09.2020).
- Сервис размещения контекстной рекламы Гугл Реклама URL: <https://ads.google.com/> (дата обращения: 20.09.2020).
- Канал «Яндекс. Обучение рекламным технологиям» URL: <https://www.youtube.com/c/YandexADV/featured> (дата обращения: 20.09.2020).
- Канал Google Ads URL: <https://www.youtube.com/adwordshelp/videos> (дата обращения: 20.09.2020).
- Статистика ключевых слов URL: <https://wordstat.yandex.ru/> (дата обращения: 20.09.2020).
- Аналитика Яндекс Метрика URL: <https://metrika.yandex.ru/> (дата обращения: 20.09.2020).
- Аналитика Google Analytics URL: <https://analytics.google.com/analytics/> (дата обращения: 20.09.2020).
- Рекламный кабинет Facebook и Instagram URL: <https://www.facebook.com/business/> (дата обращения: 20.09.2020).
- Рекламный кабинет VK URL: https://vk.com/ads?act=office_help (дата обращения: 20.09.2020).

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Перечень программного обеспечения
Учебная аудитория	Мультимедийное оборудование	Операционная система Microsoft Windows, Microsoft Office, браузер (Firefox или Internet Explorer или Google Chrome); Acrobat reader DC
Учебная аудитория	Доска	Не требуется
Помещение для самостоятельной работы	Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду МИЭТ	Операционная система Microsoft Windows, Microsoft Office Professional Plus или Open Office, браузер (Firefox, Google Chrome); Acrobat reader DC

10. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕРКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ/ПОДКОМПЕТЕНЦИЙ

ФОС по компетенции ПК-6 «Способен использовать возможности информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для решения задач сбыта».

Фонд оценочных средств представлен отдельным документом и размещен в составе УМК дисциплины электронной информационной образовательной среды ОРИОКС// URL: <http://orioks.miet.ru/>.

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

11.1. Особенности организации процесса обучения

Посещение лекций и семинаров обязательно.

В процессе чтения лекций применяются презентации, содержащие различные виды информации: текстовые, графические и видео.

В процессе обучения большое внимание уделяется самостоятельной работе студента с электронными ресурсами с целью освоения инструментов интернет-маркетинга.

Помимо групповой работы на практических занятиях, студенты выполняют комплексное индивидуальное задание по выбранному проекту в рамках самостоятельной работы, и в конце семестра представляют отчет и презентацию.

При проведении консультирования по выполнению СРС используются современные технологии дистанционного взаимодействия (WhatsApp – мессенджер, электронная почта).

Результаты заданий СРС публично представляются на практических занятиях. Презентация должна отражать все этапы выполнения работы, содержать выводы и рекомендации. Дискуссии по результатам презентации проектных работ являются важной частью процесса обучения и способствуют более глубокому пониманию сути предмета.

11.2. Система контроля и оценивания

Для оценки успеваемости студентов по дисциплине используется накопительная балльная система. Баллами оцениваются: выполнение каждого контрольного мероприятия в семестре (в сумме 100 баллов).

По сумме баллов выставляется итоговая оценка по предмету. Структура и график контрольных мероприятий доступен в ОРИОКС// URL: <http://orioks.miet.ru/>.

Текущий контроль достигнутого уровня сформированности компетенции осуществляется в виде оценки:

- регулярное посещение занятий и активной работы на практических занятиях;
- обсуждение вынесенных в планах семинарских занятий вопросов тем и контрольных вопросов;
- решение задач, тестов и их обсуждение с точки зрения умения формулировать выводы, вносить рекомендации и принимать адекватные управленческие решения;
- выполнение ситуационных задач и бизнес-кейсов, обсуждение результатов;
- выполнение самостоятельной проектной работы по выбранной теме.

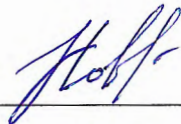
Итоговая аттестация проводится в форме зачета.

При выставлении итоговой оценки используется следующая шкала:

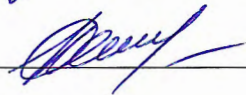
Сумма баллов	Оценка
Менее 50	Незачет
50 и более	Зачет

РАЗРАБОТЧИКИ:

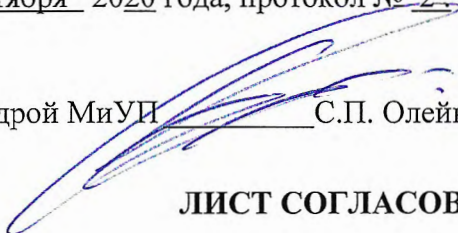
Ассистент преподавателя кафедры МиУП

 /Г.В. Окованцева/

Доцент кафедры МиУП, к.э.н., доцент

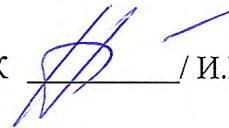
 /О.М. Игрунова /

Рабочая программа дисциплины «Интернет-маркетинг» по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», направленности (профилю) «Маркетинг и управление инновационными проектами» разработана на кафедре МиУП и утверждена на заседании кафедры «2» октября 2020 года, протокол № 2.

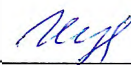
Заведующий кафедрой МиУП  С.П. Олейник

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Рабочая программа согласована с Центром подготовки к аккредитации и независимой оценки качества

Начальник АНОК  / И.М.Никулина /

Рабочая программа согласована с библиотекой МИЭТ

/ Директор библиотеки  / Т.П.Филиппова /