

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**

Кафедра «Информационные системы цифровой экономики»

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Интернет-маркетинг»**

|                          |  |
|--------------------------|--|
| Направление подготовки:  | <u>09.03.03 – Прикладная информатика</u> |
| Профиль:                 | <u>Прикладная информатика в бизнесе</u>  |
| Квалификация выпускника: | <u>Бакалавр</u>                          |
| Форма обучения:          | <u>очная</u>                             |
| Год начала подготовки    | <u>2020</u>                              |

## 1. Цели освоения учебной дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины (модуля) «Интернет-маркетинг» являются формирование знаний и навыков у студентов в области осуществления маркетинговой и рекламной деятельности в сети Интернет, освоение методов продвижения в Интернете. В процессе изучения дисциплины студенты должны научиться понимать сущность процессов маркетинговых исследований в Интернет, знать основные направления рекламной деятельности с использованием Интернет-маркетинга и методы продвижения в сети Интернет,

По окончании изучения дисциплины слушатели должны уметь и быть способными:

- анализировать исходные данные, необходимые для проведения эффективной рекламной кампании;
- составлять портрет потребителя продукции и определять состав целевой аудитории рекламодателя.

## 2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Интернет-маркетинг" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

## 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|       |  |
|-------|--|
| ПКС-3 | Способен выстраивать отношения с заказчиками по результативности внедрения информационных технологий на транспорте |
|-------|--|

## 4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

2 зачетные единицы (72 ак. ч.).

## 5. Образовательные технологии

В обучении студентов по данной дисциплине используются: 1. при проведении лекционных занятий:- вводная;- лекция-информация; - проблемная лекция;- лекция визуализация;2. для проведения лабораторных занятий: - проектная технология;- технология учебного исследования;- техника «круглый стол»,- техника «публичная защита»;- технология обучения в сотрудничестве и в малых группах;- технология проблемного обучения;- технологии дистанционного обучения;- разбор конкретных ситуаций.Проведение занятий по дисциплине (модулю) возможно с применением электронного обучения и/или дистанционных образовательных технологий, реализуемые с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.В процессе проведения занятий с применением электронного обучения и/или дистанционных образовательных технологий применяются современные образовательные технологии, в том числе современные средства коммуникации, электронная форма обмена материалами, а также дистанционная форма групповых и индивидуальных консультаций. .

## 6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

### РАЗДЕЛ 1

(Понятие и структура интернет-маркетинга и интернет-рекламы. Поисковая оптимизация)

Тема: Понятие и структура интернет-маркетинга и интернет-рекламы. Анонсирование в

поисковых системах и поисковая оптимизация. Понятие и цели поисковой оптимизации. Методы поисковой оптимизации. Основные понятия и рекомендации по увеличению релевантности веб-ресурса.

Тема: Создание оптимизированного контента сайта, разработка текстов ссылок и описаний. Повышение индекса цитирования. Использование методов спамдексинга  
Создание оптимизированного контента сайта, разработка текстов ссылок и описаний. Повышение индекса цитирования. Использование методов спамдексинга

## РАЗДЕЛ 2

Поисковая реклама. Размещение ссылок. Профайлинг и персонализация

Тема: 3 Поисковая реклама. Участие в рейтингах и регистрация в каталогах. Обмен ссылками. Профайлинг и персонализация в интернет-рекламе.

Тема: 4 Оценка уровня конкуренции при поисковой оптимизации сайта (с использованием программы Semonitor). Анализ коммерческого потенциала посетителя.

## РАЗДЕЛ 3

Баннерная реклама

Тема: 5 Баннерная реклама. Понятие баннерной рекламы. Технологии баннерной рекламы. Практика использования баннерной рекламы. Достоинства и недостатки баннерного обмена.  
тестирование

Тема: 6 Эффект выгорания баннерной рекламы. Повышение эффективности баннерной рекламы.

## РАЗДЕЛ 4

E-mail реклама

Тема: 7 E-mail реклама. Основные понятия и преимущества e-mail рекламы. Индивидуальные письма. Списки рассылки. Дискуссионные листы. Спам. Понятие и принципы вирусного маркетинга. Вирусный маркетинг и соблюдение прав пользователей на частную жизнь. Спонсорские программы и другие направления использования методов вирусного маркетинга

## РАЗДЕЛ 5

Анализ эффективности интернет-рекламы

Тема: Анализ эффективности интернет-рекламы. Основные термины и показатели эффективности интернет-рекламы. Методы сбора информации, используемой для анализа. Критерии оценки эффективности рекламы. Методы анализа эффективности рекламы. Проведение анализа эффективности рекламной кампании.

## РАЗДЕЛ 6

Партнёрские программы. Веб-кольца. Комьюнит

Тема: Партнёрские программы. Веб-кольца. Проблема возврата посетителей и создания постоянной аудитории. Постановка проблемы создания виртуального сообщества. Методы создания виртуального сообщества. Офлайновая поддержка онлайн-овых

Экзамен