

**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>38.03.05 – Бизнес-информатика</u>
Профиль:	<u>Цифровая экономика</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 осуществлять организационную поддержку платформенных решений и развития цифровой экосреды
ПКС-4	Способен принимать управленческие решения в условиях цифровой экономики

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

3 зачетные единицы (108 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..

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