

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Павловский филиал ННГУ

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Интернет-маркетинг

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

38.03.02 - Менеджмент

Направленность образовательной программы

Производственный менеджмент

Форма обучения

очная, очно-заочная

г. Павлово

2024 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.02 Интернет-маркетинг относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ПК-10: Способен к разработке предложений для выработки стратегии развития организации, планированию маркетинговой и рекламной деятельности	<p>ПК-10.1: Проводит анализ внешней и внутренней среды, анализ конкурентоспособности организации во внешней среде с целью разработки стратегии развития организации</p> <p>ПК-10.2: Выявляет основные факторы экономического роста, оценивает эффективность формирования и использования производственного потенциала экономических субъектов</p> <p>ПК-10.3: Представляет результаты решения стратегических и оперативных управленческих задач как в целом на уровне организации и ее подразделений, так и в отдельных функциональных областях менеджмента</p>	<p>ПК-10.1: Знать современные интернет-сервисы, позволяющие осуществлять мониторинг (наблюдение, учет, анализ и прогнозирование) поведения посетителей бизнес-сайта, действий конкурентов, динамики спроса, методы продвижения и сбыта через интернет; Уметь анализировать динамику спроса на товары и услуги, поведение посетителей бизнес-сайтов, деятельность конкурентов, связанную с использованием бизнес-сайтов; Владеть навыками продвижения и сбыта товаров и услуг через интернет.</p> <p>ПК-10.2: Знать методы продвижения и сбыта через интернет; Уметь использовать различные инструменты для проведения маркетингового анализа в интернет Владеть методами проведения маркетингового анализа в интернет</p> <p>ПК-10.3: Знать Основные виды</p>	<p>Задачи</p> <p>Кейс-задача</p> <p>Собеседование</p> <p>Тест</p>	<p>Зачёт:</p> <p>Контрольные вопросы</p>

		<p>стратегических решений в сфере интернет-маркетинга</p> <p>Уметь - разрабатывать стратегию продвижения и позиционирования на интернет рынке для предприятия</p> <p>Владеть Основными инструментами формирования стратегии позиционирования в сфере интернет-маркетинга</p>		
--	--	--	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	очно-заочная
Общая трудоемкость, з.е.	2	2
Часов по учебному плану	72	72
в том числе		
аудиторные занятия (контактная работа):		
- занятия лекционного типа	28	8
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	14	8
- КСР	1	1
самостоятельная работа	29	55
Промежуточная аттестация	0 Зачёт	0 Зачёт

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)		в том числе							
			Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них						Самостоятельная работа обучающегося, часы	
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы		Всего			
Ф	О	Ф	О	Ф	О	Ф	О	Ф	О	
Тема 1 «Введение в интернет-маркетинг»	9	9	4	1	1	1	5	2	4	7
Тема 2 «Поиск и поисковая выдача маркетинговой информации в Интернете. Веб-аналитика»	9	9	4	1	1	1	5	2	4	7

Тема 3 «Классификация бизнес-сайтов и их использование в деятельности компаний на рынках сбыта»	10	9	4	1	2	1	6	2	4	7	
Тема 4 «PR и реклама в Интернете, разработка и реализация рекламных кампаний»	10	9	4	1	2	1	6	2	4	7	
Тема 5. «Использование торговых и платежных интернет-систем в маркетинге продаж»	10	9	4	1	2	1	6	2	4	7	
Тема 6 «Создание и продвижение бизнес-сайта компании, ключевые показатели его эффективности.»	10	9	4	1	2	1	6	2	4	7	
Тема 7. «Современные системы управления взаимоотношениями с клиентами через Интернет»	7	9	2	1	2	1	4	2	3	7	
Тема 8. «Бизнес-модели компаний сферы интернет-услуг»	6	8	2	1	2	1	4	2	2	6	
Аттестация	0	0									
КСР	1	1					1	1			
Итого	72	72	28	8	14	8	43	17	29	55	

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1 «Введение в интернет-маркетинг»

Тема 2 «Поиск и поисковая выдача маркетинговой информации в Интернете. Веб-аналитика»

Тема 3 «Классификация бизнес-сайтов и их использование в деятельности компаний на рынках сбыта»

Тема 4 «PR и реклама в Интернете, разработка и реализация рекламных кампаний»

Тема 5. «Использование торговых и платежных интернет-систем в маркетинге продаж»

Тема 6 «Создание и продвижение бизнес-сайта компании, ключевые показатели его эффективности.»

Тема 7. «Современные системы управления взаимоотношениями с клиентами через Интернет»

Тема 8. «Бизнес-модели компаний сферы интернет-услуг»

Практические занятия /лабораторные работы организуются, в том числе, в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

На проведение практических занятий / лабораторных работ в форме практической подготовки отводится: очная форма обучения - 21 ч., очно-заочная форма обучения - 8 ч.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

- электронный курс "Интернет-маркетинг" (<https://e-learning.unn.ru>).

Иные учебно-методические материалы: В рамках дисциплины используются следующие виды самостоятельной работы:

1) Изучение понятийного аппарата дисциплины

Система индивидуальной самостоятельной работы предусматривает усвоение понятийного аппарата, т.к. овладение и грамотное применение профессиональной терминологии способствует лучшему пониманию и усвоению дисциплины. Для изучения рекомендуется в первую очередь использовать литературный источник, а также другие материалы, указанные в списке литературы.

2) Изучение тем самостоятельной подготовки по учебно-тематическому плану

Перед изучением рассматриваемых тем студентам выдают требования – планируемые результаты обучения по дисциплине. Данные требования являются важными ориентирами самостоятельной работы. Такой подход вырабатывает у студентов инициативу, стремление к увеличению объема знаний, выработке умений и навыков профессиональной деятельности.

3) Работа над основной и дополнительной литературой

Изучение рекомендованной литературы следует начинать с учебного пособия [1], затем переходить к нормативно-правовым актам, научным монографиям и материалам периодических изданий. Конспектирование – одна из основных форм самостоятельного труда, требующая от студента активно работать с учебной литературой и не ограничиваться конспектом лекций.

4) Самоподготовка к практическим занятиям

При подготовке к практическому занятию студент должен быть готов последовательно излагать свои мысли и аргументировано их отстаивать.

Методы интернет-маркетинга и интернет-сервисы стремительно развиваются. Поэтому непосредственно при подготовке к проведению занятий разрабатываются и выдаются студентам новые задания.

5) Изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет

Ресурсы Интернет являются одним из важных источников быстрого поиска требуемой информации. Их изучение и критический анализ позволяет студенту получать знания и приобретать умения основных и дополнительных сведений по изучаемым материалам.

6) Самостоятельная работа студента при подготовке реферата или доклада.

Тема реферата или доклада определяется в зависимости от научных и практических интересов студента. В процессе подготовки проводятся индивидуальные консультации.

7) Самостоятельная работа студента при выполнении проекта

Наиболее сложным является индивидуальное задание по Разработке проектных решений в сфере интернет-маркетинга по предложенным работодателями проектам либо для выбранной студентами компании. Студентов распределяем по проектным командам. В отчетах по проекту в зависимости от тематики проекта должны содержаться соответствующие разделы. При выполнении проекта проводятся индивидуальные консультации, на которых оцениваются полученные результаты, определяются очередные шаги (планы) дальнейшей самостоятельной работы. Предусмотрена подготовка и проведение публичной презентации.

8) Самостоятельная работа студента при подготовке к зачету.

Контроль выступает формой обратной связи и предусматривает оценку успеваемости студентов и разработку мер по дальнейшему повышению качества подготовки современных менеджеров. Для подготовки к зачету студентам выдаются контрольные вопросы и планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы. Наличие последних позволяет студенту целенаправленно систематизировать свои знания, умения и навыки в соответствии с требованиями РПД «Интернет-маркетинг».

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Задачи) для оценки сформированности компетенции ПК-10:

1. Описать бизнес-процессы поиска и покупки товаров через Интернет, каналы сбыта, маркетинговые коммуникации (3 задания).

Описать маркетинговую деятельность компании, которая была выполнена в целях обеспечения бизнес-процессов поиска и покупки товаров через интернет.

1. По заданному отчету либо фрагменту отчета веб-аналитики поведения посетителей бизнес-сайта за определенный период времени вычислить значения конкретных показателей поведения посетителей бизнес-сайта (6 заданий)
2. Относительно молодая логистическая компания завершает строительство хранилища для овощей и фруктов. Вам, как специалисту отдела маркетинга было дано поручение найти подходящее вентиляционное оборудование и поставщика. Ранее такого оборудования компания не закупала. Как вы будете использовать интернет?

Критерии оценивания (оценочное средство - Задачи)

Оценка	Критерии оценивания
	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного и дополнительного материала
	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного материала
	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей непринципиального характера
	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, допущены неточности непринципиального характера, но обучающийся показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы
	Задание выполнено не в полном объеме (решено более 50% поставленных задач), но обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основного материала
	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий.
	Задание не выполнено, обучающийся демонстрирует полное незнание материала

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Кейс-задача) для оценки сформированности компетенции ПК-10:

Кейс 1. Организация разработала рекламную кампанию с размещением объявлений контекстной рекламы в четырех поисковых системах (площадках). Продажи осуществляются организацией через Интернет.

В целях мониторинга поведения потенциальных и реальных покупателей разработать соответствующую форму отчета в целях последующего определения эффективности рекламных площадок.

Кейс 2. Организация реализовала первый этап рекламной кампании с размещением объявлений контекстной рекламы в четырех поисковых системах (площадках) с заданными четырьмя бюджетами. По результатам этапа получен отчет, содержащий следующие показатели по каждой рекламной площадке: количество показов рекламных объявлений, количество кликов, стоимость одного клика, количество продаж, выручка от продаж.

В целях последующего наиболее эффективного использования бюджетов рекламной компании разработать тактику, связанную с уменьшением или увеличением каждого из четырех бюджетов.

Критерии оценивания (оценочное средство - Кейс-задача)

Оценка	Критерии оценивания
	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного и дополнительного материала
	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного материала
	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей непринципиального характера
	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, допущены неточности непринципиального характера, но обучающийся показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы
	Задание выполнено не в полном объеме (решено более 50% поставленных задач), но обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основного материала
	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий.
	Задание не выполнено, обучающийся демонстрирует полное незнание материала

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Собеседование) для оценки сформированности компетенции ПК-10:

1. Сеть Интернет как среда маркетинга.
2. Уникальность свойств и характеристик сети Интернет.
3. Место Интернет-маркетинга в деятельности компании.
4. Интернет как новый инструмент маркетинга.
5. Принципы этичного маркетинга в сети Интернет.
6. Проблемы и перспективы развития сети Интернет.
7. Понятие веб-сайта предприятия. Его структура.
8. Цели и задачи, стоящие перед веб-сайтом предприятия.
9. Роль службы маркетинга при создании веб-сайта предприятия.
10. Структурирование целевых аудиторий.
11. Создание четкого УТП с помощью веб-сайта.
12. Роль посредников при создании сайта предприятия.
13. Порядок оптимизации сайта предприятия.
14. Сферы применения поискового маркетинга.
15. Составление семантического ядра сайта.
16. Непоисковое продвижение.
17. Системы интернет-статистики. Показатели характеризующие эффективность продвижения сайта предприятия в сети Интернет.
18. Преимущества электронной почты.
19. Условия использования инструментов e-mail маркетинга: структура и содержание договоров, ценовая политика.
20. Требования к построению электронных сообщений.

Критерии оценивания (оценочное средство - Собеседование)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Дан ответ на все вопросы собеседования
не зачтено	Не дан ответ на все вопросы собеседования

5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-10:

1. Укажите качественные показатели, характеризующие интернет-продвижение бизнеса.
 1. Отношение количества покупок, совершенных на сайте, к трафику
 2. Визиты
 3. Процент отказов
 4. Среднее время, проводимое пользователями на сайте
 5. Отношение звонков с сайта к трафику
 6. Количество пользователей, зашедших на сайт из социальных сетей
 7. Процент прироста трафика из органической выдачи
2. Что такое целевое действие пользователя на сайте? Укажите наиболее правильный и полный ответ.
 1. Целевое действие – это звонок потенциального клиента в офис компании
 2. Целевое действие на сайте – это такое действие, которое демонстрирует заинтересованность пользователя в товаре или услуге компании: клик на определенную кнопку, посещение определенной страницы, заполнение формы
 3. Целевое действие – это время, которое проводит пользователь на сайте
3. Укажите вариант, где верно описана последовательность разработки сайта.
 1. Составление технического задания, разработка дизайна, установка системы администрирования, наполнение сайта информацией, продвижение
 2. Предпроектное проектирование, составление технического задания, разработка дизайна, верстка, установка системы администрирования, программирование, тестирование, наполнение сайта информацией
 3. Составление технического задания, выбор системы администрирования, верстка, программирование, наполнение сайта информацией, проведение работ по стартовой поисковой оптимизации
 4. Составление договора на работы, разработка дизайна, верстка, программирование, наполнение сайта информацией, тестирование

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
	96-100% правильных ответов
	86-95% правильных ответов
	81-85% правильных ответов

Оценка	Критерии оценивания
	66-80% правильных ответов
	56-65% правильных ответов
	46-55% правильных ответов
	45% и меньше правильных ответов

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено			зачтено			
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельным и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков.	При решении стандартных задач не	Имеется минимальный набор	Продемонстрированы базовые	Продемонстрированы базовые	Продемонстрированы навыки	Продемонстрирован творческий

Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	навыков для решения стандартных задач с некоторым и недочетами	навыки при решении стандартных задач с некоторым и недочетами	навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	подход к решению нестандартных задач
--	--	--	---	---	--	--------------------------------------

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-10

Интернет-маркетинг и интернет-бизнес

Яндекс.Маркет – торговая площадка (для продавцов и покупателей)

Поисковая выдача маркетинговой информации в Яндексе и Google

Показатели эффективности поисковой контекстной рекламы и сниппетов

Лэндинговые страницы бизнес-сайта

Краткая характеристика сервисов, используемых в целях получения поисковой выдачи

Яндекс.Метрика, стандартные отчеты сайта help.yandex.ru (Help(demo)): «Посещаемость: сводка», «Посещаемость: конверсии»

Яндекс.Метрика, стандартные отчеты сайта help.yandex.ru (Help(demo)): «Источники трафика: сводка», «Посетители: коммерческие интересы»

Яндекс.Метрика: Нестандартные отчеты сайта help.yandex.ru (Help(demo))

Яндекс.Метрика, стандартные отчеты сайта help.yandex.ru (Help (demo)): «Источники трафика: сводка», «Источники трафика: поисковые системы», «Источники трафика: поисковые фразы»

Интернет-сервис WordStat, исследование и использование поисковых запросов реальных и потенциальных клиентов

Анализ рынка и посещаемости сайта компании

Многоуровневые воронки продаж и конверсии

Классификация контекстной рекламы (по признаку ее размещения). Примеры рекламных обращений и их анализ

Понятие лидов и процессы лидогенерации

Характеристика Яндекс.директ – интернет-сервиса для контекстной рекламы

Показатели эффективности контекстной рекламы и лендинговые страницы

Разработка и проведение контекстных рекламных компаний в Яндекс.Директе

Продвижение сайта в социальных сетях

Классификация бизнес-сайтов

Создание сайта для компании малого бизнеса

Поисковая оптимизация. Рекомендации ИТ-компаний Яндекс / Google по созданию сайтов

Платежные Интернет-системы

Сервис Яндекс.Деньги.

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	изложение материала логично, грамотно, без ошибок; свободное владение профессиональной терминологией; умение высказывать и обосновать свои суждения; знание дополнительного материала, студент дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы; теория связана с практикой
не	отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	понятий, искажен их смысл, в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для выполнения задания

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Интернет-маркетинг : учебник / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 335 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-15098-8. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=846185&idb=0>.
2. Технология интернет-маркетинга : учебник / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 335 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-15606-5. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=839726&idb=0>.
3. Твердохлебова М. Д. Интернет-маркетинг : Учебник / Твердохлебова М. Д. - Москва : КноРус, 2023. - 190 с. - Режим доступа: book.ru. - ISBN 978-5-406-11098-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=849506&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Акулич Маргарита Васильевна. Интернет-маркетинг : Учебник для бакалавров; Учебник / Киевский национальный экономический университет им. Вадима Гетьмана. - 2. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2021. - 346 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-04250-8., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=875241&idb=0>.
2. Винарский Яков Самуилович. Web-аппликации в Интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение : Практическое пособие. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 269 с. - Дополнительное профессиональное образование. - ISBN 978-5-16-010065-4. - ISBN 978-5-16-101774-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=834912&idb=0>.
3. Красовская Надежда Викторовна. Событийный маркетинг : учебное пособие для вузов / Н. В. Красовская. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2023. - 127 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-17796-1. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=891401&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

1. Поисковая система Яндекс. [электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.yandex.ru/>.
2. Поисковая система Google. [электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.google.ru/>.
3. Интернет-сервис «Яндекс.Директ». [электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://direct.yandex.ru/>.

4. Интернет-сервис «Яндекс.Метрика». [электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://metrika.yandex.ru/>.
5. Интернет-сервис автоматизации и оптимизации бизнес-процессов компании «Битрикс24». [электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.bitrix24.ru/>.
6. Интернет-сервис «Mail.Ru для бизнеса». [электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://biz.mail.ru/>.
7. Интернет-сервис «Яндекс.Деньги». [электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://money.yandex.ru/>.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент.

Автор(ы): Купцов Александр Вячеславович, кандидат экономических наук, доцент.

Заведующий кафедрой: Ягунова Наталья Александровна, кандидат экономических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 27.11.2023, протокол № 5.