

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Факультет социальных наук

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ННГУ

протокол № 8 от 24.09.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Интернет-маркетинг

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

39.03.03 - Организация работы с молодежью

Направленность образовательной программы

Молодежная политика и технологии работы с молодежью

Форма обучения

очная

г. Нижний Новгород

2025 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.О.39 Интернет-маркетинг относится к обязательной части 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
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.1: Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними ИУК-2.2: Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта ИУК-2.3: Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм ИУК-2.4: Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач ИУК-2.5: Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования	ИУК-2.1: Знать: основные задачи интернет-маркетинга Уметь: определять приоритетность задач в интернет-маркетинге Владеть инструментами оценки эффективности целей и задач в интернет маркетинге ИУК-2.2: знать: основные инструменты интернет-маркетинг уметь: использовать инструменты интернет-маркетинга для целей компании владеть: инструментами анализа показателей интернет маркетинга ИУК-2.3: знать: основные законы в сфере интернет-маркетинга уметь: использовать инструменты интернет-маркетинга в рамках правового поля владеть: навыками использования законов для корректировки целей предприятия	Тест	Зачёт: Контрольные вопросы

		<p>ИУК-2.4: знать: функции интернет-маркетолога уметь: определять точки контроля задач в интернет-маркетинге для поставленных целей предприятия владеть: инструментами корректировки поставленных задач в области интернет-маркетинга</p> <p>ИУК-2.5: знать: основные тенденции в развитии отрасли интернет-маркетинг уметь: использовать научные разработки в области интернет-маркетинга в целях предприятия владеть: навыками отбора необходимости использования научных разработок в сфере интернет-маркетинг</p>		
<p><i>УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности и</i></p>	<p><i>ИУК-9.1: Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике</i> <i>ИУК-9.2: Применяет экономические знания при выполнении практических задач; принимает обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</i></p>	<p>ИУК-9.1: знать: основные способы участия государства в развитии интернет-маркетинга уметь: использовать государственные программы в целях предприятия владеть: навыками использования государственных программ в целях предприятия в рамках интернет-маркетинга</p> <p>ИУК-9.2: знать: как отличаются инструменты интернет-маркетинга в зависимости от области применения уметь: подстраивать стратегию интернет-маркетинга под задачи предприятия владеть: навыками разработки стратегии в области интернет-маркетинга</p>	<p>Реферат</p>	<p>Зачёт: Контрольные вопросы</p>

ОПК-1: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИОПК-1.1: Понимает принципы работы современных информационно-коммуникационных технологий ИОПК-1.2: Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для сбора, обработки, хранения и представления информации при решении профессиональных задач в сфере работы с молодежью ИОПК-1.3: Применяет современные информационные технологии при взаимодействии с объектами и субъектами профессиональной деятельности с учетом требований информационной безопасности	ИОПК-1.1: знать: современные ИКТ в сфере интернет-маркетинг уметь: применять ИКТ в современных условиях владеть: навыками настройки ИКТ для задач интернет-маркетинга ИОПК-1.2: знать: основные инструменты маркетинговых исследований уметь: применять инструменты исследований на практике владеть: навыками обработки информации, получаемой в рамках маркетинговых исследований ИОПК-1.3: знать: основные инструменты поддержания информационной безопасности в маркетинге уметь: определять угрозу информационной безопасности владеть: навыками улучшения информационной безопасности на предприятии	Тест	Зачёт: Контрольные вопросы
--	--	---	------	-------------------------------

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная
Общая трудоемкость, з.е.	2
Часов по учебному плану	72
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	
- занятия лекционного типа	16
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	32
- КСР	1
самостоятельная работа	23
Промежуточная аттестация	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	
	0 ф 0	0 ф 0	0 ф 0	0 ф 0	0 ф 0
Тема 1. Введение в интернет-маркетинг	18	4	8	12	6
Тема 2. Сервисы веб-аналитики.	18	4	8	12	6
Тема 3. Создание (настройка) и проведение рекламных интернет-кампаний	19	4	8	12	7
Тема 4. Создание и поисковое продвижение бизнес-сайта компании	16	4	8	12	4
Аттестация	0				
КСР	1			1	
Итого	72	16	32	49	23

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Введение в интернет-маркетинг (Изучаются основы профессии, виды деятельности, уровень квалификации)

Тема 2. Сервисы веб-аналитики (Основные сервисы, помогающие интернет-маркетологам, практика по аналитике, основные показатели эффективности деятельности в области интернет-маркетинга)

Тема 3. Создание (настройка) и проведение рекламных интернет-кампаний (настройка таргетированной рекламы, особенности внедрения, показатели эффективности)

Тема 4. Создание и поисковое продвижение бизнес-сайта компании (аудит сайта, аудит бизнес-стратегии, интернет технологии предприятия, инструменты автоматизации)

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:

Электронные курсы, созданные в системе электронного обучения ННГУ:

Интернет-маркетинг, <https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=3416>.

Иные учебно-методические материалы:

Цель самостоятельной работы - формирование навыков непрерывного самообразования и профессионального совершенствования.

Самостоятельная работа способствует формированию аналитического и творческого мышления, совершенствует способы организации исследовательской деятельности, воспитывает целеустремленность, системность и последовательность в работе студентов, развивает у них навык завершать начатую работу.

Основные виды самостоятельной работы студентов:

- работа с основной и дополнительной литературой;
- изучение категориального аппарата дисциплины;
- самостоятельное изучение тем дисциплины;
- подготовка докладов-презентаций;
- подготовка к зачету;
- работа в библиотеке;
- изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет.

Работа с основной и дополнительной литературой

Изучение рекомендованной литературы следует начинать с учебников и учебных пособий, затем переходить к научным монографиям и материалам периодических изданий. Работа с литературой предусматривает конспектирование наиболее актуальных и познавательных материалов. Это не только мобилизует внимание, но и способствует более глубокому осмыслению материала, его лучшему запоминанию, а также позволяет студентам проводить систематизацию и сравнительный анализ изучаемой информации. Таким образом, конспектирование – одна из основных форм самостоятельного труда, которая требует от студента активно работать с учебной литературой и не ограничиваться конспектом лекций.

Студент должен уметь самостоятельно подбирать необходимую литературу для учебной и научной работы, уметь обращаться с предметными каталогами и библиографическим справочником библиотеки.

Изучение категориального аппарата дисциплины

Изучение и осмысление экономических категорий требует проработки лекционного материала, выполнения практических заданий, изучение словарей, энциклопедий, справочников.

Индивидуальная самостоятельная работа студента направлена на овладение и грамотное применение экономической терминологии в области компьютерного моделирования.

Самостоятельное изучение тем дисциплины

Особое место отводится самостоятельной проработке студентами отдельных разделов и тем изучаемой дисциплины. Такой подход вырабатывает у студентов инициативу, стремление к увеличению объема знаний, умений и навыков, всестороннего овладения способами и приемами профессиональной деятельности.

Изучение вопросов определенной темы направлено на более глубокое усвоение основных категорий экономической теории, понимание экономических процессов, происходящих в обществе, совершенствование навыка анализа теоретического и эмпирического материала.

Подготовка докладов-презентаций

Написание докладов и подготовка презентации позволяет студентам глубже изучить темы курса, самостоятельно освоить изучаемый материал, пользуясь учебными пособиями и научными работами. Тема реферата может назначаться преподавателем или инициироваться студентом.

Подготовка к зачету

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине проходит в виде зачета. Условием успешного прохождения промежуточной аттестации является систематическая работа студента в течение семестра. В этом случае подготовка к зачету является систематизацией всех полученных знаний по данной дисциплине.

Рекомендуется внимательно изучить перечень вопросов к зачету, а также использовать в процессе обучения программу, учебно-методический комплекс, другие методические материалы.

Желательно спланировать трехкратный просмотр материала перед зачетом. Во-первых, внимательное чтение с осмыслением, подчеркиванием и составлением краткого плана ответа. Во-вторых, повторная проработка наиболее сложных вопросов. В-третьих, быстрый просмотр материала или планов ответов для его систематизации в памяти.

Самостоятельная работа в библиотеке

Важным аспектом самостоятельной подготовки студентов является работа с библиотечным фондом.

Эта работа предполагает различные варианты повышения профессионального уровня студентов:

- а) получение книг для подробного изучения в течение семестра на научном абонементе;
- б) изучение книг, журналов, газет - в читальном зале;
- в) возможность поиска необходимого материала посредством электронного каталога;
- г) получение необходимых сведений об источниках информации у сотрудников библиотеки.

Изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет

Ресурсы Интернет являются одним из альтернативных источников быстрого поиска требуемой информации. Их использование возможно для получения основных и дополнительных сведений по изучаемым материалам. Необходимо помнить об оформлении ссылок на Интернет-источники.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студентов преподавателю целесообразно использовать следующие виды деятельности:

- консультации,
- выдача заданий на самостоятельную работу,
- информационное обеспечение обучения,
- контроль качества самостоятельной работы студентов.

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 - Тест) для оценки сформированности компетенции УК-2:

1. Один из факторов, определивший необходимость использования интернет-технологий в маркетинге — это

- а) организация собственного интернет-представительства;

- б) улучшение качества товаров и услуг;
- в) ценообразование.

3. Интернет — это

- а) взаимосвязь сетей, базирующаяся на едином коммуникационном протоколе;
- б) группа соединенных компьютеров и других устройств;
- в) мощный компьютер со специальным программным обеспечением.

4. Сайт — это

- а) программа, предназначенная для просмотра опубликованных в Интернете веб-страниц;
- б) программа, установленная на компьютере, подключенном к высокоскоростной магистрали Интернет;
- в) интегрированная часть сервера, посвященная какой-либо одной тематике.

5. Провайдерами Интернет-услуг называют компании, которые:

- а) обеспечивают пользователям доступ в Интернет;
- б) занимаются прокладкой телефонных линий;
- в) предоставляют услуги спутниковой связи.

6. Интернет-маркетинг представляет собой

- а) комплекс мероприятий по исследованию интернет-рынка и эффективному продвижению товаров с помощью современных интернет-технологий;
- б) рост продаж товаров (услуг);
- в) увеличение посещаемости Интернет-ресурса.

7. Особенности интернет-маркетинга определяются

- а) целевым потребителем;
- б) моделью интернет-бизнеса;
- в) целевым рынком.

8. Под интернет-бизнесом понимают:

- а) создание корпоративного сайта;
- б) тактические приемы Интернета;
- в) модель ведения бизнеса, одной из составных частей которого является использование сети Интернет.

9. К основным этапам коммерческой сделки не относят

- а) заключение контракта;
- б) поиск информации;
- в) создание интерактивного сайта.

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ОПК-1:

Задание № 1. Наиболее популярным видом деятельности совершеннолетних пользователей Интернет является...

ответ:

1. поиск информации в поисковых системах
2. посещение развлекательных ресурсов
3. проведение банковских операций
4. совершение покупок в виртуальных магазинах

Задание № 2. Несущественным психографическим признаком сегментации пользователей Интернет можно считать такой признак как

ответ:

1. склонность к риску
2. увлечения пользователя
3. стиль жизни
4. принадлежность к социальному классу

Задание № 3. К основным преимуществам электронной коммерции для покупателя не относят

ответ:

1. более низкий уровень цен товаров
2. экономию времени
3. наличие прямого контакта
4. возможность быстрого просмотра большого числа товаров

Задание № 4. К методам исследования потребителей в Интернет не относят

ответ:

1. интернет-банкинг
2. анкетирование посетителей web-сервера
3. опрос с улучшенными показателями возврата
4. проведение опросов в телеконференциях

Задание № 5. Среди решающих факторов конкурентной борьбы в Интернете не рассматривают такой фактор как

ответ:

1. цена продукта
2. качество обслуживания
3. широту ассортимента
4. сервис

Задание № 6. В перечень информационно-маркетинговых услуг не входят

ответ:

1. Интернет-магазины
2. информационно-аналитические альманахи
3. маркетинговые обзоры
4. экспортно-импортные сводки

Задание № 7. К основным методам рекламирования в Интернете не относят

ответ:

1. анкетирование посетителей web-сервера
2. размещение ссылок в «желтых страницах»
3. периодическую рассылку сообщений заинтересованным лицам по электронной почте
4. размещение бесплатных ссылок на сервер в web-каталогах

Задание № 8. Низкий возврат данных, как способа связи с аудиторией, характерен для

ответ:

1. электронной почты
2. телефона
3. личной продажи
4. пресс-конференции

Задание № 9. К моделям глобальной коммуникации не принято относить

ответ:

1. средства мультимедиа
2. e-mail-маркетинг
3. онлайн-издания
4. электронную коммерцию

Задание № 10. В рамках регулирования электронной коммерции многие государства практикуют

ответ:

1. жесткое лицензирование
2. таможенные пошлины
3. экспортные субсидии
4. квотирование

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	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	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Реферат) для оценки сформированности компетенции УК-9:

. 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.
21. Обеспечение механизма обратной связи.
22. Эффективность e-mail маркетинга и методы ее повышения.
23. Приемы подготовки эффективного электронного письма.
24. Форматы рекламы в сети Интернет.
25. Контекстная реклама: цели задачи.
26. Неэтичные методы продвижения.
27. Понятие партнерских программ.
28. Виды партнерских программ в интернете.
29. Достоинства партнерских программ.
30. Создание партнерских программ.
31. Понятие социальной сети.
32. Роль маркетинга в социальных сетях.
33. Оценка маркетинга в социальных сетях.
34. План маркетинга в социальных сетях.
35. План маркетинга в сети интернет: образ участника и целеполагание.
36. План маркетинга в сети интернет: план отбора каналов и креативная концепция.
37. План маркетинга в сети интернет: схема контента.
38. План маркетинга в сети интернет: создание осведомленности и влияния.
39. План маркетинга в сети интернет: сбор данных, анализ и оптимизация.
40. Совместная работа в сети интернет.
41. Программы обмена мгновенными сообщениями, блоги, хранилища данных, файлообменные сети, он-лайн переводчики.
42. Приложения Google Apps.
43. Профессиональные сообщества в интернете.

Критерии оценивания (оценочное средство - Реферат)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	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	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»

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	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы 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	Продemonстрированы базовые	Продemonстрированы базовые	Продemonстрированы навыки	Продemonстрирован 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 УК-2

1. Сущность маркетинга. Комплекс маркетинга. Концепция маркетинга.
2. Дифференциация и позиционирование товара (предприятия). Перепозиционирование товара.
3. Сущность интернет-маркетинга. Интернет-рынок. Концепция интернет-маркетинга.
4. Использование интернет-технологий при проведении кабинетных (вторичных) маркетинговых исследований. Источники вторичной информации. Примеры.
5. Сервисы Scholar.Google.com, Trends.Google.com, WordStat. Yandex.ru

6. Сервисы Google Analytics, Яндекс.Метрика.

7. Использование интернет-технологий при проведении полевых (первичных) маркетинговых исследований. Методы полевых исследований. Примеры.

8. Социальные сети (Facebook, LinkedIn, ВКонтакте и др.). Маркетинг в социальных сетях (Social Media Marketing). Этапы SMM.

9. Оптимизация электронного ресурса под социальные сети (Social Media Optimization). Этапы SMO.

10. Товарная политика фирмы для интернет-рынка. Ценовая политика фирмы для интернет-рынка.

11. Каналы распределения товаров (услуг) в Интернете. Интернет-магазин. Партнерские программы. Интернет-аукционы (B2B, B2C, C2C). Тендерные электронные площадки. Интернет-биржи. Примеры белорусских и зарубежных электронных проектов.

12. Комплекс коммуникационной политики с использованием интернеттехнологий. Методы стимулирования продаж с использованием интернеттехнологий.

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-9

1. Интернет-реклама. Виды интернет-рекламы. Контекстная интернетреклама. Мобильная интернет - реклама. Видео интернет-реклама. Брендирование веб-страниц.
1. Сервис размещения интернет-рекламы Google Adwords.
2. Сервис размещения интернет-рекламы Yandex Direct.
3. Виды интернет-рекламы в социальных сетях и их размещение. Примеры.
4. Этапы проведения рекламной интернет-кампании. Коммуникативные и экономические показатели и оценки результативности интернет-рекламы.
5. Правовые аспекты регулирования интернет-рекламы
6. Оптимизация сайта под поисковые системы (Search Engine Optimization). Этапы SEO. Онлайн-ресурсы для проверки сайта (установление ошибок программного кода, определение уникальности контента, оценка результативности сайта по интернет-продвижению (оценка SEO, SMM сайта), сравнение сайта с конкурентами.
7. SEO и SMM. Создание и продвижение блогпоста для SEO, SMM и вирусного маркетинга. Оценка уникальности и качества контента.
8. PR мероприятия с использованием интернет-технологий. Разработка пресс-релиза и распространение (агентства, электронные pr-ресурсы, база данных e-mail адресов, новостные и тематические порталы).
9. Использование электронной почты в интернет-маркетинге. СПАМ.

5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ОПК-1

1. Яндекс.Метрика: стандартные отчеты вида «Поисковые системы», «Рекламные системы»
2. Понятие и виды таргетинга, классификация видов интернет-рекламы.
3. Воронка рекламного и контентного продвижения и продаж (Яндекса). Имиджевая и Performance реклама
4. Виды контекстной рекламы, связанные с ее размещением. Реклама в Яндекс.Директе.
5. РСЯ в Яндекс.Директе с позиций партнеров.
6. Яндекс.Бизнес – сервис анализа целевой аудитории, автоматической настройки и запуска рекламной кампании в интернете.

7. Цели рекламных кампаний и показатели их эффективности. Управление рекламной кампанией на основе вычисления ключевых показателей эффективности рекламных объявлений (задание с резервированием авиабилетов)
8. Семантическое ядро сайта, поисковой контекстной рекламы, отдельного РО. Поисковая оптимизация сайта.
9. Сервис Яндекс.Вордстат, история запросов и сезонные колебания
10. Операторы сервиса Яндекс.Вордстат
11. Использование Яндекс.Вордстат для создания семантического ядра сайта/страницы.
12. Защита отдельных положений отчета по практическим занятиям.
13. Виды электронных подписей. Порядок их получения и использования.
14. Операторы фискальных данных и электронного документооборота (B2B и B2G)
15. Документационное обеспечение розничной купли-продажи в компании.
16. Документационное обеспечение купли-продажи в компании на основании договоров поставки. Первичные документы.
17. Системы электронных денег. Классификация электронных платёжных систем по видам онлайн-оплаты.
18. Электронные платёжные сервисы.

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	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	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»

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, 2022. - 335 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/489043> (дата обращения: 14.08.2022). - ISBN 978-5-534-15098-8 : 1319.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=820795&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>.

Дополнительная литература:

1. 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>.

2. Поляков В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум / В. А. Поляков, А. А. Романов. - Москва : Юрайт, 2023. - 514 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-10539-1. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт".

<https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=847275&idb=0>.

3. Коноваленко В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. - Москва : Юрайт, 2023. - 384 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-14728-5. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=846913&idb=0>.

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

1. Интернет-сервис «Яндекс.Метрика». [электронный ресурс]. Режим доступа: URL:

<https://metrika.yandex.ru/>.

2. Я.Бизнес — Ссервис для предпринимателей. Автоматическая реклама и полезные инструменты от Яндекс.Бизнес ([yandex.ru](https://yandex.ru/biznes))

3. Интернет-сервис «Яндекс.Директ». [электронный ресурс]. Режим доступа: URL:

<https://direct.yandex.ru/>.

4. Яндекс.Справка ([yandex.ru](https://yandex.ru/support/direct/)) <https://yandex.ru/support/direct/>

5. Интернет-сервис автоматизации и оптимизации бизнес-процессов компании «Бит-рикс24». [электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.bitrix24.ru/>.

6. Интернет-сервис «Mail.Ru для бизнеса». [электонный ресурс]. Режим доступа: URL:

<https://biz.mail.ru/>.

7. Интернет-сервис «Яндекс.Деньги». [электронный ресурс]. Режим доступа: URL:

<https://money.yandex.ru/>

8. Создать сайт бесплатно. Конструктор сайтов Tilda Publishing

9. Интернет-сервис Анализ сайта overture.org (cy-pr.com)

1. ЭБС znanium.com;

2. ЭБС «biblio-online.ru»;

3. <http://www.iqlib.ru>

4. <http://www.grebennikon.ru/>

5. <http://marketing.rbc.ru>

6. <http://www.marketing.spb.ru>

7. <http://marketopedia.ru>

8. <http://ecsocman.hse.ru>

9. <http://www.ores.su>

10. <http://www.4p.ru>

11. <http://www.akm.ru>

12. <http://www.bma.ru>

13. <http://www.sostav.ru/>

14. <https://www.quirks.com/>

15. <http://cornflake.ru>

16. <http://admarket.boom.ru/>

17. <http://www.adw.ru/>

18. <http://www.rwr.ru/>

19. <http://www.elitarium.ru>

- 20. <http://www.strategplann.ru>
- 21. <http://www.aup.ru>
- 22. <http://www.cfin.ru>
- 23. <http://www.m-economy.ru>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

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

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 ФГОС ВО по направлению подготовки/специальности 39.03.03 - Организация работы с молодежью.

Автор(ы): Абросимова Анна Александровна, кандидат экономических наук, доцент.

Заведующий кафедрой: Трифонов Юрий Васильевич, доктор экономических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 20.05.2024, протокол № 12.