

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Институт экономики

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета ННГУ
протокол № 10 от 02.12.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Интернет-маркетинг

Уровень высшего образования
Бакалавриат

Направление подготовки / специальность
09.03.03 - Прикладная информатика

Направленность образовательной программы
Прикладная информатика в экономике

Форма обучения
очная, заочная

г. Нижний Новгород

2025 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.10.02 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-9: Способен моделировать прикладные (бизнес) процессы и объекты предметной области | <p>ПК-9.1: Демонстрирует знание методических основ моделирования процессов и объектов предметной области</p> <p>ПК-9.2: Демонстрирует умение применения знаний к моделированию прикладных процессов и объектов предметной области при разработке программного обеспечения ИС</p> <p>ПК-9.3: Имеет практический опыт моделирования процессов и объектов на примере конкретной предметной области</p> | <p>ПК-9.1:</p> <p>Знать инструменты проведения обследования организаций с позиции интернет-маркетинга</p> <p>Уметь проводить анализ информационных потребностей пользователей в условиях интернет-маркетинга</p> <p>Владеть инструментами выявления потребностей в условиях маркетинга в сети интернет</p> <p>ПК-9.2:</p> <p>Знать информационные потребности в условиях интернет-маркетинга</p> <p>Уметь выявлять информационные потребности интернет-маркетинга</p> <p>Владеть навыками разработки требований в условиях интернет-маркетинга</p> | <p>Задания</p> <p>Тест</p> | <p>Зачёт:</p> <p>Контрольные вопросы</p> |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | <p>ПК-9.3:</p> <p>Знать методы обследования организаций на уровне интернет-маркетинга</p> <p>Уметь определять потребности пользователей в условиях интернет-маркетинга</p> <p>Владеть механизмами выявления потребностей пользователей в среде интернет-маркетинга</p> | | |
|--|--|--|--|--|

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

| | очная | заочная |
|--|--------------------------|--------------------------|
| Общая трудоемкость, з.е. | 2 | 2 |
| Часов по учебному плану | 72 | 72 |
| в том числе | | |
| аудиторные занятия (контактная работа): | | |
| - занятия лекционного типа | 28 | 4 |
| - занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы) | 28 | 8 |
| - КСР | 1 | 1 |
| самостоятельная работа | 15 | 55 |
| Промежуточная аттестация | 0 Зачёт | 4 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 | 3 Ф 0 | 0 Ф 0 | 3 Ф 0 | 0 Ф 0 | 3 Ф 0 | 0 Ф 0 | 3 Ф 0 | 0 Ф 0 | 3 Ф 0 | |
| Тема 1. Введение в интернет-маркетинг | 20 | 13 | 7 | 1 | 7 | 2 | 14 | 3 | 6 | 10 |

| | | | | | | | | | | | |
|---|----|----|----|---|----|---|----|----|----|----|--|
| Тема 2. Сервисы веб-аналитики. | 17 | 18 | 7 | 1 | 7 | 2 | 14 | 3 | 3 | 15 | |
| Тема 3. Создание (настройка) и проведение рекламных интернет-кампаний | 16 | 23 | 7 | 1 | 7 | 2 | 14 | 3 | 2 | 20 | |
| Тема 4. Создание и поисковое продвижение бизнес-сайта компании | 18 | 13 | 7 | 1 | 7 | 2 | 14 | 3 | 4 | 10 | |
| Аттестация | 0 | 4 | | | | | | | | | |
| КСР | 1 | 1 | | | | | 1 | 1 | | | |
| Итого | 72 | 72 | 28 | 4 | 28 | 8 | 57 | 13 | 15 | 55 | |

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 троекратный 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.

Это 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 библио-теки.

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 - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-9:

Ⓜ Задание 1

Рассмотрите ситуацию, когда государственный орган (государство) становится непосредственными участниками процесса покупки-продажи ноутбука в интернет-магазине.

Ⓜ Задание 2. Творческое.

Обоснуйте, почему имеет смысл продуктовая сегментация целевого рынка образовательных услуг ННГУ? Приведите названия признаков иерархической классификации сегментов и результаты классификации по этим признакам.

Практическое задание 3

Дайте описание структуры и назовите быстрые ссылки сниппета:



Большой Московский Государственный цирк на проспекте...

Царевна-Несмеяна Расписание План зала и цены Правила Кассы

greatcircus.ru ▾

Большой Московский цирк на проспекте Вернадского - актуальная площадка культурной жизни **Москвы**.

9 Москва, Вернадского просп., 7 - м. Университет · +7 (495) 930-03-00



Задание 4. Творческое.

Пусть сотрудник 1 компании (посетитель 1 сайта) совершил следующие действия:

- 1) В поисковике Яндексa произнес фразу «Купить сервер»;
- 2) Просмотрел первую страницу поисковой выдачи и кликнул на рекламное объявление поисковой контекстной рекламы;
- 3) На сайте продавца-рекламодателя просмотрел прайс-лист и ушел с сайта.

Покупатель 2 (посетитель 2 сайта) пошел дальше – он дополнительно выполнил действия:

- 4) сделал с сайта целевой звонок менеджеру по продажам и получил ответы на заданные вопросы,
- 5) поместил в корзину данные о покупаемом товаре,
- 6) оплатил покупку с доставкой на дом и установкой сервера, воспользовавшись кнопкой «Оплатить» на соответствующей странице сайта.

Затем товар был доставлен (покупатель подписал соответствующую товарную накладную) и установлен (акт о вып. раб)

Дайте ответы на следующие вопросы:

- а) Почему упоминаемое выше рекламное объявление относят к поисковой контекстной рекламе?
- б) Определите количество маркетинговых коммуникаций, имевших место при просмотре первой страницы поисковой выдачи. (Для ответа на вопрос рекомендуется набрать запрос на мобильнике);
- в) Маркетинговые коммуникации какого вида имели место между рекламодателем и потенциальным покупателем, между рекламодателем и реальным покупателем?
- г) Какими каналами и подканалами продвижения воспользовались посетители 1 и 2?
- д) Какими каналами и подканалами сбыта воспользовался клиент 2?

Задание 5. Творческое.

В задании 4 рассмотрены два бизнес-процесса, выполненных покупателями. А какие бизнес-процессы выполнил продавец (возможно с партнерами), чтобы появилась возможность выполнения двух указанных в задании 3 бизнес-процессов? .Созд. сайта; 2.Разраб. рекл. Камп. При помощи Я.Д. с партнером Яндекс 3.Запуск 4.выполнение



Задание 6.

- 1) Почему функцию продвижения называют коммуникационной?

2) К выполнению каких функций и подфункций маркетинга относят функцию выдачи покупателям карточек лояльности и их последующее использование?

② **Задание 7.**

1) Если руководствоваться определением понятия реклама из ФЗ «О рекламе», то контент бизнес-сайта следует отнести к рекламе?

2) Пусть в рекламной кампании клики на рекламные объявления означают переходы на бизнес-сайт. Рентабельность вложений в такую рекламную кампанию зависит от качества бизнес-сайта?

Практическое задание 8

Оцените количество ключевых слов в семантическом ядре группы, в которую входит рекламное объявление с 4-мя быстрыми ссылками?

Практическое задание 9

Задание 1.в. Проведите следующий эксперимент. Последовательно введите ключи-маски: “велосипед”, “велосипеды”, “велосипеда”. В ответе приложите три полученных отчета Wordstat и ваш комментарий.

Дайте ответы на вопросы:

1. Являются ли ключи-маски эквивалентными?

1. Почему у каждого студента будут уникальными данные в выведенных отчетах? (Поэтому можно быстро выявить отчеты, позаимствованные у других студентов).

Практическое задание 10

А) Изложите ваши предложения по проекту минус-слов для представленного ниже проекта семантического ядра программы Дополнительного Профессионального Образования (ДПО) ННГУ «Налоговое консультирование» (учёт, налоги, право):

Налоговые курсы;

Обучение налогам;

Консультации + по налогам;

ДПО по налогам;

Услуги налогового консультирования;

Курсы налогового и юридического консультирования;

Б) Если по какой-то причине фразы с минус-словами не будут удалены из семантического ядра, то к увеличению/уменьшению значений каких показателей стандартных отчетов Яндекс.Метрики это приведет?

Творческое задание 11

В целях проектирования семантического ядра сайта выберите сайт по интересующей тематике (возможно созданный либо используемый при выполнении заданий практики). Выполните следующее:

А)) Выберите базовые ключи-маски для подбора слов (используя операторы, включая

«минус»).

Б)) Получите отчеты Wordstat по базовым ключам-маскам (приложите к ответу).

В)) Измените, если это возможно, проект базовых ключей-масок, чтобы их число было минимальным.

Творческое задание 12

К каким видам рекламы по классификациям 1-6 следует отнести каждое (из двух) рекламных объявлений на странице сайта РСЯ на рис. 2.1?

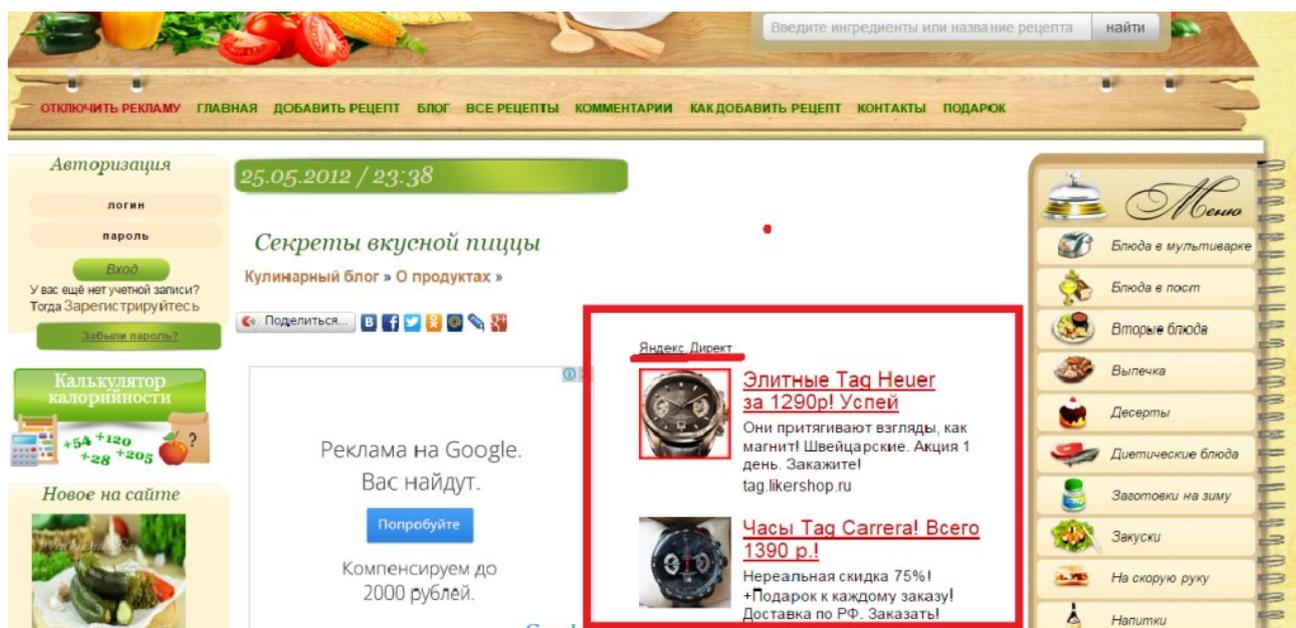


Рис. 2.1. Фрагмент страницы сайта РСЯ.

Практическое задание 13

Выберите компанию и подготовьте для этой компании данные, в целях последующего создания и проведения рекламной компании сервисом Яндекс.Бизнес.

Кейс-задача 14

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 по ходу выполнения рекламной кампании.

Кейс-задача 15

Кейс-задача 2 Наберите в поисковой строке Яндекса или произнесите фразу «Купить CRM-систему» (на мобильнике или компьютере).

1. Дайте характеристику и проведите экспресс анализ первой страницы поисковой выдачи:
 - 1.1. На каких местах и в каком количестве размещаются: рекламные объявления контекстной рекламы
сниппеты (результаты естественной выдачи)
 - 1.2. Что вам понравилось (не понравилось) в рекламных объявлениях и в сниппетах?
2. Выбор CRM-системы для заданной компании.
 - 2.1. Выберите компанию, для которой нужно приобрести и внедрить CRM-систему. Согласуйте выбор с преподавателем.
 - 2.2. Сделайте не менее трех кликов на рекламные объявления и столько же кликов на сниппеты первой страницы поисковой выдачи.
 - 2.3. Проведите экспресс-анализ посадочных страниц сайтов, на которые вы совершите переходы.
 - 2.4. Проведите обоснование выбора CRM-системы. Самостоятельно определите критерии выбора (этот пункт для студентов, которые работают с CRM-системы)
 - 2.5. Подготовьте в электронном виде отчет в срок до

Коллективный проект 1 «Создание сайта»

Создайте бизнес-сайт для компании малого бизнеса, содержащий не менее 5 страниц при помощи выбранного вами конструктора или системы управления контентом. Приведите обоснование выбора конструктора.

Коллективный проект 2 «Анализ бизнес-сайта, построение семантического ядра»

При помощи бесплатной программы cy-pr.com ([Анализ сайта overture.org \(cy-pr.com\)](http://overture.org)) проведите анализ сайта с относительно небольшим количеством страниц, а затем постройте семантическое ядро сайта

Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)

| 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» |

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-9:

Пример для закрытых тестов

Прочитайте текст и выберите один/несколько правильный ответ

| № | Вопрос |
|---|--------|
|---|--------|

| | |
|---|--|
| 1 | <p>Что такое Open rate в email-маркетинге?</p> <ul style="list-style-type: none">а) Процент людей, открывших письмоб) Процент доставленных писемв) Процент кликов по ссылкамг) Процент отписок |
| 2 | <p>От чего зависит показатель качества рекламных объявлений в Google Adwords?</p> <ul style="list-style-type: none">а) Только CTR объявленияб) Только релевантность объявленияв) Только качество лендингаг) Все вышеперечисленное |
| 3 | <p>Что такое СТА в лидогенерации?</p> <ul style="list-style-type: none">а) Call to actionб) Cost to actionв) Customer to actionг) Conversion to action |
| 4 | <p>Какой формат рекламы на Youtube не существует?</p> <ul style="list-style-type: none">а) Видеорекламаб) Баннерная рекламав) Статичная рекламаг) Нативная реклама |
| 5 | <p>Что показывает файл robots.txt?</p> <ul style="list-style-type: none">а) Индексацию страницб) Главное зеркало сайтав) Частоту индексацииг) Все вышеперечисленное |
| 6 | <p>Что такое ЧПУ в тематике SEO?</p> <ul style="list-style-type: none">а) Человеко-понятный URLб) Часто используемый URLв) Цифровой протокол URLг) Частно-правовой URL |
| 7 | <p>Какая средняя конверсия на лендингах?</p> <ul style="list-style-type: none">а) 1-2%б) 5-10%в) 15-20%г) Средней конверсии не существует |
| 8 | <p>Что такое “вовлечение” в контексте продвижения в соцсетях?</p> |

| | |
|----|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> а) Лайки, комментарии, репосты б) Только просмотры в) Только подписки г) Только упоминания |
| 9 | <p>Какой код ошибки HTTP используется при временном отсутствии сайта?</p> <ul style="list-style-type: none"> а) 404 б) 403 в) 503 г) 500 |
| 10 | <p>Какая социальная сеть меньше всего подходит для продвижения визуального контента?</p> <ul style="list-style-type: none"> а) Instagram б) Pinterest в) LinkedIn г) Facebook |
| 11 | <p>Что такое клоакинг?</p> <ul style="list-style-type: none"> а) Показ разной информации пользователям и поисковым системам б) Скрытие контента от пользователей в) Скрытие сайта от поисковых систем г) Маскировка рекламы |
| 12 | <p>Какая основная причина наложения фильтра АГС?</p> <ul style="list-style-type: none"> а) Дублирование контента б) Отсутствие добавочной ценности в) Переспам ключевыми словами г) Использование запрещенных тегов |
| 13 | <p>Что такое микроразметка?</p> <ul style="list-style-type: none"> а) Инструмент для улучшения SEO б) Способ структурирования данных в) Метод улучшения отображения в выдаче г) Все вышеперечисленное |
| 14 | <p>Какой тип контента не требует alt-текста?</p> <ul style="list-style-type: none"> а) Изображения б) GIF-файлы в) Иконки г) Иллюстрации |
| 15 | <p>Что такое бан от Google?</p> <ul style="list-style-type: none"> а) Снижение позиций в выдаче б) Удаление из индекса |

| |
|--|
| в) Полное отсутствие трафика с Google г) Снижение CTR |
|--|

Пример для открытых заданий

Прочитайте текст и дайте ответ, соответствующий смысловому содержанию вопроса

| № | Вопрос |
|---|--|
| 1 | Перечислите основные метрики поведенческих факторов в интернет-маркетинге. |
| 2 | Опишите основные принципы работы с внешними ссылками в SEO. |
| 3 | Какие факторы влияют на скорость загрузки страницы и почему это важно? |
| 4 | Объясните механизм работы с рекламными объявлениями в Google Adwords. |
| 5 | Опишите основные методы продвижения визуального контента в социальных сетях. |

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» |

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

Шкала оценивания сформированности компетенций

| Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компет | плохо | неудовлетворительно | удовлетворительно | хорошо | очень хорошо | отлично | превосходно |
|--|-------|---------------------|-------------------|---------|--------------|---------|-------------|
| | | не зачтено | | зачтено | | | |

| | | | | | | | |
|----------------|---|--|--|---|---|---|--|
| знаний) | | | | | | | |
| Знания | 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. |
| Умения | 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 отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме | Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов |
| Навыки | Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа | При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки | Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами | Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами | Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов | Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов | Продемонстрирован творческий 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-9

1. Предпринимательская деятельность. Субъекты предпринимательства.
2. Доступный и целевой рынки сбыта компании. Целевая аудитория и сегментирование целевого рынка
3. Маркетинг субъекта предпринимательства.
4. Функции маркетинга: сбытовая, продвижения
5. Веб-аналитика, показатели процессов покупки, продвижения и сбыта.
6. Поисковая выдача сервисов Яндекс и Google, два источника трафиков на бизнес-сайты. Показатели веб-аналитики поисковой контекстной рекламы.
7. Показатели веб-аналитики процессов покупки, продвижения, сбыта, измеряемые и вычисляемые на основе сервисов Яндекс.Метрика и Google Analytics. Ассоциированные конверсии.
8. Создание бизнес-сайтов.
9. Яндекс.Метрика. Внутренние и внешние инструменты веб-аналитики
10. Веб-аналитика: установление целей, вычисление конверсий достижения целей посетителями бизнес-сайтов.
11. Веб-аналитика: многоуровневые воронки продаж, их анализ и модернизация бизнес-сайтов.
12. Яндекс.Метрика: стандартные отчеты вида «Источники, сводка»
13. Яндекс.Метрика: стандартные отчеты вида «Поисковые системы», «Рекламные системы»
14. Понятие и виды таргетинга, классификация видов интернет-рекламы.
15. Воронка рекламного и контентного продвижения и продаж (Яндекса). Имиджевая и Performance реклама
16. Виды контекстной рекламы, связанные с ее размещением. Реклама в Яндекс.Директе.
17. РСЯ в Яндекс.Директе с позиций партнеров.
18. Яндекс.Бизнес – сервис анализа целевой аудитории, автоматической настройки и запуска рекламной кампании в интернете.
19. Цели рекламных кампаний и показатели их эффективности. Управление рекламной кампанией на основе вычисления ключевых показателей эффективности рекламных объявлений (задание с резервированием авиабилетов)
20. Семантическое ядро сайта, поисковой контекстной рекламы, отдельного РО. Поисковая оптимизация сайта.
21. Сервис Яндекс.Вордстат, история запросов и сезонные колебания
22. Операторы сервиса Яндекс.Вордстат
23. Использование Яндекс.Вордстат для создания семантического ядра сайта/страницы.
24. Защита отдельных положений отчета по практическим занятиям.
25. Виды электронных подписей. Порядок их получения и использования.
26. Операторы фискальных данных и электронного документооборота (B2B и B2G)
27. Документационное обеспечение розничной купли-продажи в компании.

28. Документационное обеспечение купли-продажи в компании на основании договоров поставки. Первичные документы.
29. Системы электронных денег. Классификация электронных платёжных систем по видам онлайн-оплаты.
30. 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:

- 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>.
- 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:

- 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>.
- 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>.
- 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)
3. Интернет-сервис «Яндекс.Директ». [электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://direct.yandex.ru/>.
4. Яндекс.Справка (yandex.ru) <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». [электронный 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, 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/специальности 09.03.03 - Прикладная информатика.

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

Заведующий кафедрой: Трифонов Юрий Васильевич, доктор экономических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12.11.2024, протокол № 5.