АННОТАЦИЯ

Дисциплины

Б1.В.8 «ОСНОВЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА»

Направление подготовки – *38.03.02* «*Менеджмент*»

Квалификация выпускника – *бакалавр*

Профиль – *«Маркетинг в цифровой среде»*

**1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

**2. Цель и задачи дисциплины**

Целью дисциплины является изучение основных инструментов интернет-маркетинга на основе выявления и оценки новых рыночных возможностей для создания и развития новых направлений деятельности предприятия.

Для достижения цели дисциплины решаются следующие задачи:

* изучение современных информационно-коммуникационные технологий, в том числе интернет-технологий
* изучение различных средств продвижения и комплекса маркетинговых коммуникаций
* изучение особенностей поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
* овладевание навыками выявления и составления списка конкурирующих веб-сайтов
* изучение системы инструментов интернет-маркетинга
* изучение особенностей функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем
* изучение особенностей функционирования современных социальных медиа
* изучение каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке
* овладевание навыками подбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций, сформированность которых оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций:

| Компетенция | Индикатор компетенции |
| --- | --- |
| ПК-1 Организация маркетинговых исследований в области СМИ | ПК-1.2.6. Умеет составлять аналитические записки и отчеты по результатам исследований |
| ПК-2 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ | ПК-2.2.1. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии |
| ПК-2.2.3. Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций |
| ПК-6 Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-6.1.1. Знает особенности поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| ПК-8 Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-8.1.5. Знает систему инструментов интернет-маркетинга |
| ПК-8.1.10. Знает особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем |
| ПК-8.1.11. Знает особенности функционирования современных социальных медиа |
| ПК-8.2.3. Умеет обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке |
| ПК-8.3.1. Владеет навыками подбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |

В рамках изучения дисциплины (модуля) осуществляется практическая подготовка обучающихся к будущей профессиональной деятельности. Результатом обучения по дисциплине является формирования у обучающихся практических навыков:

- выявление и составление списка конкурирующих веб-сайтов

- подбор каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

**4. Содержание и структура дисциплины**

Модуль 1

1 Бизнес цели интернет-маркетинга (ИМ)

2 Точки коммуникации с целевой аудиторией (ЦА)

Модуль 2

3 Привлечение клиентов

4 Аналитика

**5. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Объем дисциплины – 9 зачетных единиц (324 час.), в том числе:

Модуль 1

Объем дисциплины – 4 зачетных единиц (144 час.), в том числе:

лекции – 32 часа.

практические занятия – 32 часа.

самостоятельная работа – 44 часа.

Форма контроля знаний – экзамен.

Модуль 2

Объем дисциплины – 5 зачетных единиц (180 час.), в том числе:

лекции – 32 часа.

практические занятия – 48 часов.

самостоятельная работа – 96 часов.

Форма контроля знаний – зачет, КР