

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«УФИМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АВИАЦИОННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Кафедра *Вычислительной математики и кибернетики*

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

«ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГЕ»

Уровень подготовки
высшее образование – бакалавриат

Направление подготовки (специальность)
38.03.05 Бизнес-информатика
(код и наименование направления подготовки, специальности)

Направленность (профиль), специализация
Бизнес-аналитика

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
очная

Уфа 2019

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Интернет-технологии в маркетинге» является дисциплиной по выбору вариативной части.

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки бакалавров 38.03.05 «Бизнес-информатика», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. № 1002.

Цель освоения дисциплины - получение студентами теоретических знаний и практических навыков в построении системы маркетинга предприятия, фирмы на основе web-сервера в среде Интернет.

Задачи:

- изучение специфических особенностей сети Интернет;
- ознакомление с приемами и методами поиска и анализа информации для нужд маркетинга в сети Интернет;
- приобретение навыков использования интернет-технологий для формирования систем распределения, маркетинговых коммуникаций и управления маркетинг-деятельностью компаний.

2. Перечень результатов обучения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций.

Планируемые результаты обучения по дисциплине

№	Формируемые компетенции	Код	Знать	Уметь	Владеть
1	умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет")	ПК-10	<ul style="list-style-type: none"> • типы целевой аудитории в Интернет, методы ее исследования ; • суть, особенности и составляющие интернет-маркетинга; • формы коммуникаций между предпринимательскими структурами и потребителями в сети Интернет; 	<ul style="list-style-type: none"> • выбирать оптимальные формы коммуникаций с потребителями через Интернет; 	<ul style="list-style-type: none"> • навыками использования информационных и Интернет-технологий, инструментов интернет-маркетинга при ведении предпринимательской деятельности.
2	способность использовать лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных	ПК-27	<ul style="list-style-type: none"> • тенденции развития Интернет-маркетинга. 	<ul style="list-style-type: none"> • проводить анализ эффективности маркетинга в интернете; использовать оффлайн-среду 	<ul style="list-style-type: none"> • планирование сайта как отражения модели интернет-маркетинга.

	продуктов и услуг			для продвижения интернет-проектов	
--	-------------------	--	--	-----------------------------------	--

Содержание разделов

№	Наименование и содержание раздела
1	Интернет-маркетинг как часть маркетинга. Основные элементы и особенности. Продукт. Поиск и занятие свободных ниш.
2	Комплексный подход в интернет-маркетинге Моделирование поведения участников рынка в Интернете. Методы экспертных оценок в Интернете. Ориентация на достижение целей в интернет-маркетинге.
3	Интернет-продвижение в независимой зоне поисковых систем» Основные поисковые системы Интернета в России и за рубежом. История появления, сущность и развитие независимой зоны поисковых систем. Ключевые принципы интернет-продвижения объекта рынка в независимой зоне поисковых систем. Релевантность. Особенности интернет-продвижения в независимой зоне основных поисковых систем.
4	Реклама в поисковых системах Интернета в РФ и за рубежом. Контекстная, медийно-контекстная и медийная реклама. Основные сервисы, предоставляющие услуги контекстной рекламы. Преимущества и недостатки контекстной рекламы. Основные понятия, связанные с баннерной рекламой объекта рынка.
5	Оценка эффективности интернет-продвижения Сравнительная характеристика основных видов интернет-продвижения. Оценка эффективности продвижения в социальных сетях. Оценка эффективности продвижения в независимой зоне поисковых систем. Оценка эффективности продвижения в системах контекстной рекламы. Оценка эффективности баннерной рекламы. Характеристика программных продуктов, позволяющих провести оценку эффективности интернет-продвижения.

Подробное содержание дисциплины, структура учебных занятий, трудоемкость изучения дисциплины, входные и исходящие компетенции, уровень освоения, определяемый этапом формирования компетенций, учебно-методическое, информационное, материально-техническое обеспечение учебного процесса изложены в рабочей программе дисциплины.