

Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

_____ Е.В. Коновалова

16 июня 2022 г., протокол УС №6

Продвижение бизнеса в интернет-среде рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Финансов, денежного обращения и кредита**

Учебный план g380401-ЭФип-22-1.plx
38.04.01 Экономика
Направленность (профиль): Экономика фирмы и предпринимательство

Квалификация **магистр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **5 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 180
в том числе:
аудиторные занятия 64
самостоятельная работа 89
часов на контроль 27

Виды контроля в семестрах:
экзамены 3

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
	уп	рп		
Неделя	17 2/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	32	32	32	32
Лабораторные	32	32	32	32
Итого ауд.	64	64	64	64
Контактная работа	64	64	64	64
Сам. работа	89	89	89	89
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	180	180	180	180

Программу составил(и):

д.э.н., Каратаев Алексей Сергеевич

Рабочая программа дисциплины

Продвижение бизнеса в интернет-среде

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.01 Экономика (приказ Минобрнауки России от 11.08.2020 г. № 939)

составлена на основании учебного плана:

38.04.01 Экономика

Направленность (профиль): Экономика фирмы и предпринимательство

утвержденного учебно-методическим советом вуза от 16.06.2022 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Финансов, денежного обращения и кредита

Зав. кафедрой д.э.н., профессор Каратаев Алексей Сергеевич

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Формирование у обучающегося профессиональных компетенций, изучение современных методов маркетинговой деятельности организации в условиях нестабильной рыночной конъюнктуры в сети Интернет.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Бизнес-аналитика
2.1.2	Планирование бизнеса
2.1.3	Информационные технологии в экономике (продвинутый курс)
2.1.4	Теория предпринимательства
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.2	Производственная практика, практика по профилю профессиональной деятельности

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-1.1: Демонстрирует способности определения направлений развития организации

ПК-1.2: Разрабатывает стратегии управления изменениями в организации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	социально-экономические показатели, используемые в управлении организацией;
3.1.2	содержание основных категорий, принципов рекламы;
3.2	Уметь:
3.2.1	разрабатывать стратегии управления изменениями в организациях;
3.3	Владеть:
3.3.1	способностью определять направления развития организации

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга					
1.1	Сущность и история развития интернет. Электронный бизнес и электронная коммерция /Лек/	3	4	ПК-1.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.1 Л2.2	
1.2	Сущность и история развития интернет. Электронный бизнес и электронная коммерция /Ср/	3	12	ПК-1.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.1 Л2.2	
1.3	Сервисы и ресурсы Интернет. Сущность и инструменты Интернет-маркетинга /Лек/	3	4	ПК-1.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.1 Л2.2	
1.4	Сервисы и ресурсы Интернет. Сущность и инструменты Интернет-маркетинга /Ср/	3	12	ПК-1.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.1 Л2.2	
1.5	Виртуальное маркетинговое пространство и технологии Интернет в маркетинге. Сайт организации как инструмент маркетинга /Лек/	3	4	ПК-1.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.1 Л2.2	

1.6	Виртуальное маркетинговое пространство и технологии Интернет в маркетинге. Сайт организации как инструмент маркетинга /Лаб/	3	6	ПК-1.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.1 Л2.2	
1.7	Виртуальное маркетинговое пространство и технологии Интернет в маркетинге. Сайт организации как инструмент маркетинга /Ср/	3	12	ПК-1.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.1 Л2.2	
	Раздел 2. E-mail маркетинг. Создание и оптимизация сайта					
2.1	Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем. Тренды современного E-mail маркетинга. Стратегия сегментации. Экономическая эффективность массовых рассылок /Лек/	3	4	ПК-1.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.1 Л2.2	
2.2	Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем. Тренды современного E-mail маркетинга. Стратегия сегментации. Экономическая эффективность массовых рассылок /Лаб/	3	6	ПК-1.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.1 Л2.2	
2.3	Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем. Тренды современного E-mail маркетинга. Стратегия сегментации. Экономическая эффективность массовых рассылок /Ср/	3	14	ПК-1.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1	
2.4	Планирование, реализация Web-сайта. Привлечение пользователей на Web-сайт. Основные понятия SEO. Алгоритмы работы поисковых систем. Разработка SEO ?friendly сайта /Лек/	3	6	ПК-1.1 ПК-1.2		
2.5	Создание одностраничного сайта на tilda.ru; зарегистрироваться на сайте Wix.ru; выбор шаблона лэндинга, создание контента, опубликование сайта /Лаб/	3	6	ПК-1.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1	
2.6	Семантическое ядро сайта. Внутренняя оптимизация /Ср/	3	12	ПК-1.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1	
	Раздел 3. Разработка стратегии интернет-маркетинга . Интернет-реклама					
3.1	Этапы построения системы маркетинга на основе сайта организации /Лек/	3	4	ПК-1.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.1 Л2.2	
3.2	Разработка стратегии лидогенерации /Лаб/	3	6	ПК-1.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.1 Л2.2	
3.3	Особенности работы партнерских программ. Методика повышения качества лидов /Ср/	3	15	ПК-1.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1	
3.4	Виды рекламных кампаний. Задачи и критерии достижения результата: продающая рекламная кампания, информационная и имиджевая реклама /Лек/	3	6	ПК-1.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.1 Л2.2	
3.5	Разработка проекта баннера. Создание рекламной кампании в системах /Лаб/	3	8	ПК-1.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.1 Л2.2	
3.6	Медиабаинг. Таргетированная реклама. Поведенческие технологии /Ср/	3	12	ПК-1.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1	
3.7	/Контр.раб./	3	0	ПК-1.1 ПК-1.2	Л2.1 Л2.2	

3.8	/Экзамен/	3	27	ПК-1.1 ПК-1.2	Л2.1 Л2.2	
-----	-----------	---	----	---------------	-----------	--

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ						
5.1. Контрольные вопросы и задания						
Представлено отдельным документом						
5.2. Темы письменных работ						
Представлено отдельным документом						
5.3. Фонд оценочных средств						
Представлено отдельным документом						

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
6.1. Рекомендуемая литература						
6.1.1. Основная литература						
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во		
Л1.1	Сухарев О.С., Курманов Н. В.	Функциональный и интернет-маркетинг: Монография	Электронный ресурс	1		
6.1.2. Дополнительная литература						
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во		
Л2.1	Катаев, А. В., Катаева, Т. М.	Интернет-маркетинг: учебное пособие	Электронный ресурс	1		
Л2.2	Жильцова О. Н., Артемьева О. А., Жильцов Д. А., Карпова С. В., Поляков В. А., Рожков И. В.	Интернет-маркетинг: Учебник для вузов	Электронный ресурс	1		
6.1.3. Методические разработки						
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во		
Л3.1	Винарский Я. С., Гутгарц Р.Д.	Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение: Практическое пособие	Электронный ресурс	1		
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"						
Э1	Tilda Publishing. https://tilda.cc/ru/					
6.3.1 Перечень программного обеспечения						
6.3.1.1	Операционная система Microsoft Windows, пакет прикладных программ Microsoft Office					
6.3.2 Перечень информационных справочных систем						
6.3.2.1	Гарант - информационно-правовой портал https://www.garant.ru/ , КонсультантПлюс надежная правовая поддержка http://www.consultant.ru/					

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
---	--	--	--	--	--	--

7.1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, лабораторных занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации оснащена: комплект специализированной учебной мебели, маркерная (меловая) доска, комплект переносного мультимедийного оборудования - компьютер, проектор, проекционный экран.
-----	--