

Учебная дисциплина «Интернет-маркетинг»

<p>Место дисциплины в структурной схеме образовательной программы</p>	<p>Образовательная программа бакалавриата (I степень высшего образования) Специальность: 6-05-0311-05 Экономическая информатика Компонент учреждения высшего образования Модуль «Экономика организации и маркетинг»</p>
<p>Краткое содержание</p>	<p>Преимущества Интернет-маркетинга. Интернет-сообщества, тематические сайты и их роль в проведении маркетинговых исследований. Поиск потребителей и конкурентов с помощью сети Интернет. Особенности позиционирования в глобальной сети. Маркетинговые исследования. Управление разработкой и поддержкой корпоративного сайта, обновление его информационного наполнения. Сравнительный метод оценки качества и эффективности сайтов. Рейтинги сайтов. Особенности и преимущества рекламы в Интернет. Выбор площадки и форматов Интернет-рекламы.</p>
<p>Формируемые компетенции, результаты обучения</p>	<p>Базовые профессиональные компетенции: <i>знать:</i> методы, критерии и стандарты оценки качества сайта, способы создания корпоративного сайта; разновидности рекламы в Интернет, основы функционирования поисковых систем, индексации и ранжирования сайтов; <i>уметь:</i> составлять технические задания на разработку корпоративного сайта; планировать мероприятия по проведению маркетинговой кампании в Интернет; создавать элементы информационного наполнения корпоративных сайтов; оценивать качество и эффективность интернет-маркетинга в целом и его основных инструментов; <i>владеть:</i> навыками поисковой оптимизации сайтов; продвижения сайтов.</p>
<p>Пререквизиты</p>	<p>Информационные технологии</p>
<p>Трудоемкость</p>	<p>3 зачетных единицы, 108 академических часов, из них 68 аудиторных: 34 ч. лекций и 34 ч. лабораторных занятий.</p>
<p>Семестр(ы), требования и формы текущей и промежуточной аттестации</p>	<p>3-й семестр, экзамен.</p>