

Аннотация
рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.07.02 «ИНТЕРНЕТ–МАРКЕТИНГ»
по направлению подготовки магистратуры
38.04.02 « Менеджмент»
направленности подготовки
«Маркетинг и продажи»

1. Основные разделы (дидактические единицы) дисциплины

Интернет как среда для ведения предпринимательской деятельности. Веб-сайт как инструмент маркетинга. Поисковые системы и каталоги. Интернет-реклама: виды и специфика. E-mail маркетинг. Партнерские программы. Веб-кольца. Комьюнити.

Социальные сети как новая форма виртуальных сообществ. Их использование в целях маркетинга. Оценка эффективности продвижения в Интернете.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения дисциплины обучающийся должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

Научно-исследовательская деятельность:

- Выявление и формулирование актуальных научных проблем;
- Разработка программ научных исследований и разработок, организация их выполнения;
- Разработка методов и инструментов проведения исследований и анализа их результатов;
- Разработка организационно-управленческих моделей процессов, явлений и объектов, оценка и интерпретация результатов;
- Поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования;
- Подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций.

В соответствии с ОПОП ВО по данному направлению и направленности подготовки процесс обучения по данной дисциплине направлен на формирование следующих планируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций обучающихся, установленных ФГОС ВО или их элементов):

Общекультурные компетенции:

ОК-1 – способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу ;

ОК-3 – готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала.

Общепрофессиональные компетенции:

ОПК-1 – готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;

Профессиональные компетенции:

ПК-6 – способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями.

По компетенциям **ОК-1, ОК-3, ОПК-1** обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- Отличительные особенности маркетинг-менеджмента в интернет-маркетинге
- Количественные и качественные характеристики интернет-аудиторий
- Особенности регистрации в каталогах; способы оптимизации веб-сайта под поисковые системы
- Методы оценки эффективности интернет-рекламы

УМЕТЬ:

- Осуществлять ситуационный анализ в целях планирования продвижения в Интернете
- Сегментировать рынок с целью выявления типовых подгрупп (сегментов) целевой аудитории
- Вести корпоративные электронные рассылки

ВЛАДЕТЬ:

- Навыками поисковой оптимизации

По компетенциям **ПК-6** обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- Основные этапы планирования интернет-маркетинга
- Методы оценки эффективности интернет-рекламы

УМЕТЬ:

- Выбирать каналы и методы Интернет-продвижений
- Вести корпоративные электронные рассылки

ВЛАДЕТЬ:

- Методами оценки эффективности интернет-рекламы.

3. Объем курса, виды учебной работы и формы промежуточной аттестации:

Трудоемкость дисциплины:	– 2 зачетных единиц
Всего часов	– 72 час.
Из них:	
Аудиторных	– 36 час.
Из них:	
лекций	- 8 час.
практических	– 28 час.
Самостоятельная работа	– 36 час.
Виды промежуточного контроля:	
Зачет	– 2 семестр