

Подписано электронной подписью:
Вержицкий Данил Григорьевич
Должность: Директор КГПИ КемГУ

Дата и время: 2025-04-23 00:00:00

471086fad29a3b30e244e728abc3661ab35c9d50210dcf0e75e03a5b6fdf6436

**Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Кемеровский государственный университет»
Новокузнецкий институт (филиал)**

Факультет информатики, математики и экономики

Кафедра экономики и управления

Безрукова Оксана Владимировна

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

*Методические указания к семинарским занятиям
для обучающихся по направлению/специальности подготовки
39.03.01 Социология, профиль Социологические и маркетинговые
исследования*

Год набора - 2020

Новокузнецк, 2020

Безрукова О. В.

Интернет-маркетинг: метод. указ. к семинарским занятиям по направлениям подготовки 39.03.01 Социология (уровень бакалавриата) / О.В. Безрукова. - Новокузнецк ин-т (фил.) Кемеров. гос. ун-та. – Новокузнецк: НФИ КемГУ, 2020. – 17 с. - Текст: непосредственный.

В методических указаниях для студентов представлены рекомендации по подготовке к семинарским занятиям по дисциплине «Интернет-маркетинг»: рекомендации по подготовке к занятиям, планы семинарских занятий, вопросы для подготовки к зачету с оценкой, список рекомендованной литературы, порядок оценивания сформированности компетенций.

Методические указания предназначены для студентов очной формы обучения по направлению 39.03.01 – Социология.

Рекомендовано
на заседании кафедры экономики
и управления
04 декабря 2020 г.
Заведующий кафедрой
 О. Н. Соина-Кутищева

©Безрукова О.В., 2020
© Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего
профессионального образования
«Кемеровский государственный университет»,
Новокузнецкий институт (филиал) 2020

Текст представлен в авторской редакции.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
1 Методические указания студентам по подготовке к семинарскому занятию	6
2 Планы семинарских занятий по учебной дисциплине с методическими указаниями для студентов	6
3 Методические указания студентам по подготовке к выполнению отдельных видов работы	10
4 Вопросы для подготовки к зачету /экзамену	12
5 Список рекомендуемой литературы	16
6. Порядок оценивания успеваемости и сформированности компетенций	16

ВВЕДЕНИЕ

Методические указания по подготовке к семинарским занятиям по дисциплине «Интернет-маркетинг» составлены с учетом требований к подготовке студентов, обучающихся по направлению подготовки 39.03.01 Социология (бакалавриат), профиль «Социологические и маркетинговые исследования» очной формы обучения.

Учебная дисциплина «Интернет-маркетинг» является базовой для направления подготовки 39.03.01 Социология, формирующей умение проводить маркетинговых исследований на основе применения социологических методов сбора и анализа данных, способствующая накоплению и систематизации знаний, приобретению компетенций, позволяющих активно участвовать в разработке и практическом применении современных концепций, методов и моделей «Интернет-маркетинга», с целью использования имеющихся и развития новых подходов и методов для решения актуальных проблем в области маркетингового управления.

Цель дисциплины «Интернет-маркетинг» – формирование у обучающихся компетенции ПК-1 – способность провести маркетинговое исследование на основе применения социологических методов сбора и анализа данных.

Индикаторы достижения компетенции, закрепленные за дисциплиной «Интернет-маркетинг»:

ПК-1.3 Использует данные маркетинговых исследований в осуществлении маркетинговых коммуникаций

Для формирования компетенции по дисциплине студент должен

Знать:

- принципы и методы интернет-маркетинга;
- приемы эффективных коммуникаций в системе Интернет;
- каналы и площадки интернет-коммуникаций.

Уметь:

- выбирать инструменты маркетинга для реализации целей маркетинга в интернет-среде;
- формировать план интернет-маркетинга и определять бюджет;
- оценивать эффективность интернет-маркетинга.

Владеть:

- навыками разработки плана и бюджета интернет-маркетинга;
- навыками создания контента для продвижения в интернет-среде.

Для эффективного усвоения учебного материала большое значение имеет активная познавательная деятельность самих студентов, поэтому важная роль в процессе обучения отводится семинарским занятиям. Семинар предназначен для углубленного изучения материала, он является (наряду с лекцией) основным видом аудиторной работы студентов.

Основные задачи семинарских занятий:

1. Углубление и закрепление теоретических знаний по основам интернет-маркетинга, полученных студентами на лекциях и в процессе самостоятельной работы.
2. Развитие навыков сбора, обработки, анализа и интерпретации необходимых данных для построения эффективной маркетинговой деятельности в глобальной сети.
3. Привитие студентам навыков самообразования, активизация их познавательной деятельности.
4. Текущий контроль за самостоятельной работой студентов в процессе изучения дисциплины.

Цель данных методических указаний – помочь студенту в освоении теоретических знаний, полученных при изучении дисциплины, в подготовке к семинарским занятиям, формирование навыков самостоятельной работы при подготовке к занятиям.

Обязательными видами работы студентов при подготовке к семинарским занятиям по дисциплине «Интернет-маркетинг» являются: подготовка к семинарскому занятию по ключевым вопросам темы, ответы на контрольные вопросы семинарского занятия с целью самопроверки, выполнение практических заданий (при наличии), самостоятельный поиск литературы по теме семинара и подготовка списка использованных источников по теме семинара.

Необязательными, но рекомендуемыми видами самостоятельной работы, развивающими интеллектуальные и творческие способности студентов, являются: написание эссе, составление словаря терминов и понятий, реферирование научной статьи.

В методических указаниях представлены введение, методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям, методические материалы к семинарским занятиям, контрольные вопросы для самопроверки, тематика докладов, даны рекомендации по выполнению практических заданий, список рекомендуемой литературы, вопросы для подготовки к зачету по дисциплине.

1 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ СТУДЕНТАМ ПО ПОДГОТОВКЕ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методика проведения семинарских занятий различается в зависимости от цели занятий и характера заданий. Это могут быть беседы по вопросам плана на основе рекомендуемой учебной литературы, коллоквиумы, проверочные диктанты, тесты, взаимный опрос, рецензирование ответов, защита проектов, беседы за «круглым столом», решение задач и педагогических ситуаций, работа с таблицами, защита и анализ наглядных пособий.

Подготовка к семинарскому занятию должна основываться на изучении соответствующей лекции (раздела учебника, если материал полностью предназначен для самоподготовки). Следующий шаг - ознакомление с вопросами для обсуждения на семинарском занятии. Поиск литературы при подготовке к семинарскому занятию осуществляется студентом самостоятельно. Основная учебная литература для изучения дисциплины «Интернет-маркетинг» приведена в конце данных методических рекомендаций.

Ключевые положения первоисточников и научно-исследовательской литературы по каждому вопросу семинарского занятия желательно оформить в виде конспекта. При подготовке к семинару важно найти ответы на все предложенные вопросы для обсуждения, иначе общая целостность разбираемой темы будет нарушена.

Для лучшего уяснения новых терминов темы семинара имеет смысл создать собственный терминологический словарь и пополнять его к каждому занятию.

Логическим завершением работы и показателем эффективного усвоения материала будут ответы на контрольные вопросы для самопроверки, а также подготовка списка литературы, использованной при подготовке к семинару.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю, идя на нее следует хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

2. ПЛАНЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ С МЕТОДИЧЕСКИМИ УКАЗАНИЯМИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ

Тема 1. Понятие и структура интернет-маркетинга.

Ключевые понятия: маркетинг, интернет-маркетинг, рынки, реклама, контент

Цель занятия: закрепить информацию о возможностях маркетинговых коммуникаций в сети интернет.

Форма организации семинарского занятия: собеседование по темам практических занятий, выполнение практического задания.

Вопросы для обсуждения на семинарском занятии:

1. Современные тенденции интернет-маркетинга.
2. Применение интернет-маркетинга на рынках разных типов.
3. Создание рекламного контента для интернет-рекламы.

Вопросы для самопроверки:

1. Определение и основные понятия интернет-маркетинга.
2. Возможности использования интернета в маркетинге, технологии интернет-маркетинга.

Тема 2. Интернет-реклама: понятие, специфика, роль, цели и задачи.

Ключевые понятия: интернет-реклама, виды интернет-рекламы, классификация видов интернет-рекламы, рекламная кампания.

Цель занятия: закрепить информацию о понятии, специфике и реализации интернет-рекламы.

Форма организации семинарского занятия: собеседование по темам практических занятий; выполнение практического задания.

Вопросы для обсуждения на семинарском занятии:

1. Виды интернет-рекламы и способы их классификации.
2. Структура, этапы и проблемы реализации комплексной рекламной кампании в Интернете.

Вопросы для самопроверки:

1. Определение и основные понятия интернет-рекламы.
2. Определение и основные понятия рекламной кампании в интернете.

Тема 3. Маркетинговые исследования в Интернете.

Ключевые понятия: маркетинговое исследование.

Цель занятия: закрепить информацию о понятии, специфике маркетинговых исследований в сети интернет.

Форма организации семинарского занятия: выполнение практического задания.

Вопросы для обсуждения на семинарском занятии:

1. Изучение кейсов маркетинговых исследований в сети интернет.

Вопросы для самопроверки:

1. Определение и основные понятия маркетингового исследования.

Тема 4. SMM – маркетинг (маркетинг в социальных сетях).

Ключевые понятия: social media marketing, социальные сети, контент-план.

Цель занятия: закрепить информацию о понятии, специфике SMM – маркетинг.

Форма организации семинарского занятия: выполнение практического задания.

Вопросы для обсуждения на семинарском занятии:

1. Составление контент-плана для продвижения группы в социальных сетях.

Вопросы для самопроверки:

1. Определение и основные понятия SMM – маркетинг.

Тема 5. Вирусный маркетинг.

Ключевые понятия: вирусный маркетинг, контент-план.

Цель занятия: закрепить информацию о понятии, специфике вирусного маркетинга.

Форма организации семинарского занятия: выполнение практического задания.

Вопросы для обсуждения на семинарском занятии:

1. Разработка плана вирусного маркетинга компании.

Вопросы для самопроверки:

1. Определение и основные понятия вирусного маркетинга.

Тема 6. E-mail реклама.

Ключевые понятия: e-mail-реклама, модуль e-mail-рекламы.

Цель занятия: закрепить информацию о понятии, специфике вирусного маркетинга.

Форма организации семинарского занятия: выполнение практического задания.

Вопросы для обсуждения на семинарском занятии:

1. Разработка модуля для E-mail рекламы.

Вопросы для самопроверки:

1. Определение и основные понятия e-mail-рекламы.

Тема 7. Контекстная и баннерная реклама в сети Интернет.

Ключевые понятия: контекстная реклама, баннерная реклама, веб-дизайн.

Цель занятия: закрепить информацию о понятии, специфике контекстной и баннерной рекламы в сети интернет.

Форма организации семинарского занятия: выполнение практического задания.

Вопросы для обсуждения на семинарском занятии:

1. Разработка дизайна рекламного баннера для размещения в сети Интернет.

Вопросы для самопроверки:

1. Определение и основные понятия контекстной и баннерной рекламы в сети интернет.

Тема 8. SEO - оптимизация.

Ключевые понятия: SEO - оптимизация, внутренняя и внешняя оптимизация сайта, ключевые слова для оптимизации сайта, методы поисковой оптимизации.

Цель занятия: закрепить информацию о понятии, специфике SEO-оптимизации.

Форма организации семинарского занятия: выполнение практического задания.

Вопросы для обсуждения на семинарском занятии:

1. Методы поисковой оптимизации.
2. Основные понятия и рекомендации по увеличению релевантности веб-ресурса.

Вопросы для самопроверки:

1. Определение и основные понятия SEO - оптимизации.

Тема 8. Оценка эффективности Интернет – маркетинга.

Ключевые понятия: эффективность интернет-маркетинга, критерии оценки эффективности интернет-маркетинга.

Цель занятия: закрепить информацию о понятии, специфике эффективности интернет-маркетинга.

Форма организации семинарского занятия: выполнение практического задания.

Вопросы для обсуждения на семинарском занятии:

1. Расчет эффективности рекламных носителей в сети интернет.

Вопросы для самопроверки:

1. Определение и основные понятия, критерии оценки эффективности рекламных носителей.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ СТУДЕНТАМ ПО ПОДГОТОВКЕ К ВЫПОЛНЕНИЮ ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ РАБОТЫ

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ СТУДЕНТАМ ПО ПОДГОТОВКЕ ВЫСТУПЛЕНИЯ НА СЕМИНАРСКОМ ЗАНЯТИИ

Семинарские занятия проводятся по определенной теме в виде докладов по заранее намеченным вопросам (время выступления по каждому вопросу: 10 - 15 минут).

Подготовку к каждому семинарскому занятию следует начинать с ознакомления с планом занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке, а затем изучении учебной литературы, рекомендованной к данной тематике, и самостоятельной работы с учебниками, учебными пособиями, научной и справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета.

При подготовке выступления по заявленной тематике студенту рекомендуется сделать следующее:

- проанализировать учебную литературу по проблеме выступления;
- осмыслить прочитанное, сформировать общую картину выступления (основное содержание, акценты на значимых компонентах, последовательность подачи материала, необходимую аргументацию, примеры);
- составить план-конспект своего выступления;
- дополнительно проработать особенно сложные по содержанию моменты выступления;
- обдумать возможные вопросы аудитории и ответы на них;
- подготовиться к импровизации по ходу выступления (сокращению или расширению материала, к углубленному раскрытию отдельных аспектов, приведению примеров, выступлению в условиях недостатка или избытка времени);
- подготовить сопроводительную слайдовую презентацию по выбранной тематике;
- предварительно прорепетировать дома выступление с целью отработки речевого аппарата и продолжительности выступления.

При выступлении с докладом на семинарском занятии следует:

- подробно раскрыть содержание заявленного вопроса;
- выступающему говорить свободно с опорой на текст, но не читая его;
- сопровождать доклад по заявленному вопросу слайдовой презентацией (с возможным использованием видеофрагментов, видеофильмов, интерактивных заданий в аудитории со студентами).

Критерии оценивания выступления на семинарском занятии

1. Содержательные характеристики:

- умение раскрыть тему за ограниченное время;
- наличие и раскрытие основных понятий темы;
- умение аргументировано отвечать на вопросы;
- проработка основной учебной литературы по теме

2. Темп и грамотность речи, выразительность речи

3. Визуальные характеристики: поза, жесты, мимика, контакт с аудиторией

4. Особенности презентации:

- презентация начинается с титульного листа;
- присутствует план излагаемого материала;
- все материалы тщательно отредактированы и не содержат ошибок и опечаток;
- на слайдах отражены ключевые понятия темы;
- в презентации присутствует качественная наглядность, которая способствует раскрытию темы;
- текст на слайдах читаемый, не сливается с фоном;
- слайды не перегружены текстом и содержат основную информацию;
- отбор материала, последовательность изложения и композиция слайдов демонстрируют понимание материала;
- в презентацию включен список учебной литературы;
- выступление не дублирует текст презентации.

Предпосылки удачного выступления на семинарском занятии:

- проявление уважительного отношения к аудитории, умение удобно и понятно для слушателей, четко и ясно передать суть материала; постарайтесь при выступлении не читать заготовленный текст, а говорить с опорой на текст;
- нужно научиться слушать себя как бы со стороны, отмечая по ходу выступления сильные и слабые моменты;
- сила вдохновения;
- последовательность и логичность изложения материала; образность изложения, красочные примеры, сравнения, изящество логических и словесных построений, остроумие, ироничность замечаний, комментариев, непринужденность, живость, искренность выступления.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ СТУДЕНТАМ ПО РАБОТЕ С УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРОЙ ПРИ ПОДГОТОВКЕ К СЕМИНАРСКОМУ ЗАНЯТИЮ

Работу с учебной литературой целесообразно начать с изучения общих работ по теме, а также учебников и учебных пособий. Далее рекомендуется перейти к анализу монографий и статей, рассматривающих отдельные аспекты проблем, изучаемых в рамках учебного курса, а также официальных материалов и неопубликованных документов (научно-исследовательские работы, диссертации), в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой проблемы.

Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя карандашом его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения.

В зависимости от результатов ознакомительного чтения выбирается дальнейший способ работы с источником. Если для разрешения поставленной задачи требуется изучение некоторых фрагментов текста, то используется метод выборочного чтения. Если в книге нет подробного оглавления, следует обратить внимание ученика на предметные и именные указатели.

Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала. Такое чтение предполагает выделение: 1) главного в тексте; 2) основных аргументов; 3) выводов. Особое внимание следует обратить на то, вытекает ли тезис из аргументов или нет.

Необходимо также проанализировать, какие из утверждений автора носят проблематичный, гипотетический характер.

Умение работать с текстом приходит постепенно. Наилучший способ научиться выделять главное в тексте, определять проблематичный характер утверждений, давать оценку авторской позиции – это сравнительное чтение, в ходе которого происходит знакомство с различными мнениями по одному и тому же вопросу, сравнивается весомость и доказательность аргументов сторон и делается вывод о наибольшей убедительности той или иной позиции.

Если в учебной литературе встречаются разные точки зрения по тому или иному вопросу из-за сложности прошедших событий и правовых явлений, нельзя их отвергать, не разобравшись. При наличии расхождений между авторами необходимо найти рациональное зерно у каждого из них, что позволит глубже усвоить предмет изучения и более критично оценивать изучаемые вопросы. Знакомясь с особыми позициями авторов,

нужно определять их схожие суждения, аргументы, выводы, а затем сравнивать их между собой и применять из них ту, которая более убедительна.

Следующим этапом работы с учебными источниками является создание конспектов, фиксирующих основные тезисы и аргументы. Можно делать записи на отдельных листах, которые потом легко систематизировать по конкретным темам изучаемого курса. Другой способ – это ведение тематических тетрадей-конспектов по одной какой-либо теме. Большие специальные работы монографического характера целесообразно конспектировать в отдельных тетрадях. Здесь важно вспомнить, что конспекты пишутся на одной стороне листа, с полями и достаточным для исправления и ремарок межстрочным расстоянием (эти правила соблюдаются для удобства редактирования). Если в конспектах приводятся цитаты, то непременно должно быть дано указание на источник (автор, название, выходные данные, № страницы). Впоследствии эта информация может быть использована при написании текста реферата или другого задания.

Таким образом, при работе с источниками и учебной литературой важно уметь:

- сопоставлять, сравнивать, классифицировать, группировать, систематизировать информацию в соответствии с определенной учебной задачей;
- обобщать полученную информацию, оценивать прослушанное и прочитанное;
- фиксировать основное содержание сообщений; формулировать, устно и письменно, основную идею сообщения; составлять план, формулировать тезисы;
- готовить и презентовать развернутые сообщения типа доклада;
- работать в разных режимах (индивидуально, в паре, в группе), взаимодействуя друг с другом;
- пользоваться реферативными и справочными материалами;
- контролировать свои действия и действия своих товарищей, объективно оценивать свои действия;
- обращаться за помощью, дополнительными разъяснениями к преподавателю, другим студентам;
- пользоваться различными словарями, опорами в тексте (ключевые слова, структура текста, предваряющая информация и др.);
- использовать при говорении и письме синонимичные средства, слова-описания общих понятий, разъяснения, примеры, толкования и др.;
- повторять или перефразировать реплику собеседника в подтверждении понимания его высказывания или вопроса;
- обратиться за помощью к собеседнику (уточнить вопрос, переспросить и др.)

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов направлена на решение следующих задач:

- логическое мышление, навыки создания научных работ гуманитарного направления, ведения научных дискуссий;
- развитие навыков работы с разноплановыми источниками;
- осуществление эффективного поиска информации и критического анализа источников;
- получение, обработка и сохранение источников информации;
- преобразование информации в знание, осмысливание процессов, событий и явлений в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма;
- формирование и аргументированное отстаивание собственной позиции по различным проблемам.

Самостоятельную работу по дисциплине следует начать сразу же после получения задания. Целесообразно начать работу с изучения теоретического материала по определенной теме курса путем ознакомления с конспектом соответствующей лекции или раздела учебника. Затем следует изучить нормативно-правовые акты с учетом последних изменений и дополнений и судебную практику по вопросам, относящимся к данной теме. Для этого следует использовать электронные ресурсы: «Консультант Плюс», «Гарант».

Рекомендуется в письменном виде отвечать на вопросы теоретической части конкретной темы дисциплины, чтобы приступить затем к выполнению письменных практических работ, имея необходимые знания.

Самостоятельную работу выполнять к каждому практическому занятию в соответствии с планом. Практическое задание предполагает подготовку ответа на теоретический вопрос, решение учебной задачи (выполнение практико-ориентированного задания), составление таблицы, схемы или проекта определенного документа (проекта сделки, искового заявления, решения суда и др.). После изучения определенной темы на практическом занятии проводится контрольный срез (в форме тестирования, коллоквиума и проч.)

При выполнении задания контрольного среза разрешается использовать нормативно-правовые акты, учебники и специальную литературу.

Кроме того, для проверки результатов самостоятельной работы используются различные формы контроля, в том числе:

1. Устные опросы и собеседования на практических занятиях;
2. Проверка решения учебных задач и выполнения практико-ориентированных заданий (в устной или письменной формах на практическом занятии);
3. Проверка результатов контрольных срезов (тестов).

4. ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАЧЕТУ С ОЦЕНКОЙ

Разделы и темы	Примерные теоретические вопросы
1 Введение в интернет-маркетинг	
1.1 Понятие и структура интернет-маркетинга	1. Предметная область интернет-маркетинга. 2. Отличительные качества интернет-рекламы. 3. Критерии ранжирования сайтов поисковыми системами. 4. Правила увеличения релевантности интернет-ресурса. 5. Основные методы спамдексинга.
1.2 Интернет-реклама: понятие, специфика, роль, цели и задачи	6. Виды интернет-рекламы и способы их классификации. 7. Структура, этапы и проблемы реализации комплексной рекламной кампании в Интернете.
1.3 Маркетинговые исследования в Интернете	8. Сущность, особенности и виды маркетинговых исследований в Интернете 9. Конкурентная разведка в Интернете, бенчмаркинг 10. Исследования потребителей в интернете.
2 Методы интернет-маркетинга	
2.1 SMM – маркетинг (маркетинг в социальных сетях)	11. Сущность, цели и задачи SMM -маркетинга 12. Составление контент – плана для социальных сетей.
2.2 Вирусный маркетинг	13. Понятие и принципы вирусного маркетинга. 14. Алгоритм распространения вирусного контента.
2.3 E-mail реклама	15. Основные понятия и преимущества e-mail рекламы. 16. Индивидуальные письма. Списки рассылки. 17. Дискуссионные листы. Спам.
2.4 Контекстная и баннерная реклама в сети Интернет	18. Виды, принципы и преимущества контекстной рекламы. 19. Понятие и технологии баннерной рекламы. 20. Эффект выгорания баннерной рекламы, баннерная слепота. Повышение эффективности баннерной рекламы.
2.5 SEO - оптимизация	21. Понятие, цели и методы поисковой оптимизации. 22. Создание оптимизированного контента сайта, разработка текстов ссылок и описаний. 23. Участие в рейтингах и регистрация в каталогах. Обмен ссылками. 24. Использование методов спамдексинга.

2.6 Оценка эффективности Интернет-маркетинга	25. Основные термины и показатели эффективности интернет-рекламы. 26. Методы анализа эффективности рекламы в сети Интернет.
--	--

5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная учебная литература

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2.— URL: <https://urait.ru/bcode/450115> (дата обращения: 27.08.2020). — Текст : электронный.

2. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02476-0.— URL: <https://urait.ru/bcode/450114> (дата обращения: 27.08.2020). — Текст : электронный.

Дополнительная литература

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 352 с. - ISBN 978-5-394-02474-0. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091183> (дата обращения: 30.11.2020). — Текст : электронный.

2. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 170 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08407-8.— URL: <https://urait.ru/bcode/454161> (дата обращения: 09.01.2020). — Текст : электронный.

3. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — URL: <https://urait.ru/bcode/450585> (дата обращения: 30.11.2020). — Текст : электронный.

6. ПОРЯДОК ОЦЕНИВАНИЯ УСПЕВАЕМОСТИ И СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Для положительной оценки по результатам освоения дисциплины обучающемуся необходимо выполнить все установленные виды учебной работы. Оценка результатов работы обучающегося в баллах (по видам) приведена в таблице ниже.

Таблица – Балльно-рейтинговая оценка результатов учебной работы обучающихся по видам (БРС)

Учебная работа (виды)	Сумма баллов	Виды и результаты учебной работы	Оценка в аттестации	Баллы (16 недель)
Текущая учебная работа ОФО				
ОФО Текущая учебная работа в семестре (посещение занятий по расписанию и выполнение заданий)	80		0,5 балла посещение 1 лекционного занятия при посещении не менее 20 занятий	5-16
	(100% /баллов	Посещение занятий		
	в приведенной шкалы)	Практические занятия		
		1 Введение в интернет-маркетинг	Создание рекламного контента для интернет-рекламы	6-8
			Изучение кейсов маркетинговых исследований в сети интернет	3-6
			Доклад и демонстрация по кейсам интернет-рекламы	5-7
		2 Методы интернет-маркетинга	Составление контент-плана для продвижения группы в социальных сетях.	5-7
			Разработка плана вирусного маркетинга компании.	5-6
			Разработка модуля для E-mail рекламы.	6-7
			Разработка дизайна рекламного баннера для размещения в интернете	6-7
			Расчет эффективности интернет-рекламы	4-6
			Тестирование по разделам 1-2	6-10
Итого по текущей работе в семестре			51 - 80	
Итого по промежуточной аттестации (экзамен)			11-20	
Суммарная оценка по дисциплине: Сумма баллов текущей и промежуточной аттестации 51 – 100 б.				