

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

38.04.05 «Бизнес-информатика»

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Формирование современного маркетингового мышления, накопление и систематизация знаний, приобретение компетенций, позволяющих активно и творчески участвовать в разработке и практическом применении современных концепций, методов и моделей Интернет - маркетинга;
2. Владение современной методологией Интернет - маркетинга, методами и инструментарием маркетинга, используемых на рынках;
3. Формирование у студентов представлений о современных тенденциях в развитии теоретических основ и практики Интернет - маркетинга, включая маркетинг взаимодействия и партнерских отношений, маркетинг, ориентированный на стоимость, разработку и использование моделей ценности товаров и услуг, использование IT-технологий в маркетинговой деятельности;
4. Формирование компетенций, необходимых для практического использования изучаемых теоретических концепций, моделей, методов и технологий при проведении маркетингового аудита, при анализе и обосновании решений в области Интернет - маркетинга, при разработке маркетинговых планов и проектов;
5. Приобретение знаний и навыков, необходимых для постановки и практического решения основных задач маркетинга применительно к Интернет - маркетингу.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Интернет–маркетинг» относится к вариативной части цикла ОПОП магистратуры по направлению 38.04.05 «Бизнес-информатика», профиль «Предпринимательство и организация бизнеса в сфере информационных технологий» на первом году обучения. Изучение дисциплины обеспечивает формирование у студентов навыков работы с методами решения сложных задач, необходимых в дальнейшей профессиональной деятельности.

Дисциплина входит в блок Б1.В.ДВ.2 учебного плана подготовки магистров направления «Бизнес-информатика». Логически дисциплина увязана с такими основными базовыми курсами как: «Информационная инфраструктура предприятия», «Организация бизнеса в сфере информационных технологий» и др. Знания, полученные в рамках изучения дисциплины, могут быть применены при прохождении практики, выполнении

научно-исследовательских работ, подготовке к научно-исследовательскому семинару, написании выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

- готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной и научной деятельности (ОПК-1);

- способность управлять электронным предприятием и подразделениями электронного бизнеса несетевых компаний (ПК-7);

В результате освоения дисциплины обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты образования:

1. Знать:

- коммуникативные особенности устной и письменной речи на русском и иностранном языках при осуществлении профессиональной деятельности (ОПК-1);

- основные виды и элементы электронных предприятий (ПК-7).

2. Уметь:

- понимать иностранную устную речь на бытовые и профессиональные темы; осуществлять обмен информацией при устных и письменных контактах в ситуациях повседневного и делового общения; ставить цели и формулировать задачи (ОПК-1);

- связанные с реализацией функций электронного предприятия и подразделений электронного бизнеса несетевых компаний (ПК-7).

3. Владеть:

- коммуникативной компетенцией для практического решения социально-коммуникативных задач в различных областях иноязычной деятельности (ОПК-1);

- навыками реализации основных управленческих функций в электронном предприятии и подразделениях электронного бизнеса несетевых компаний (ПК-7).

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Введение в электронный бизнес. Введение в предмет «Маркетинг в Интернет». Аудитория Интернета. Основные принципы работы с аудиторией сайта. Анонсирование сайта в поисковых системах. Поисковая оптимизация. Технологии баннерной рекламы. Технологии контекстной рекламы. Оптимизация для социальных сетей (Social Media Optimization). PR в Интернете. Методы создания виртуального сообщества интернет-проекта. Медиапланирование. Анализ эффективности интернет-рекламы. Веб-аналитика.

Составитель:

доцент кафедры «Бизнес-информатика и экономика», к.э.н. губ А.М. Губернаторов

Заведующий кафедрой «Бизнес-информатика и экономика» Тесленко И.Б.Тесленко

Председатель учебно-методической комиссии
направления 38.04.05 «Бизнес-информатика»

Тесленко И.Б.Тесленко

Директор ИЭиМ Захаров П.Н. Захаров

Дата: 31.08.2015

Печать института

