

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 26.04.2024 11:53:43
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТОМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Председатель КСН



М.Л. Белоножко

«30» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: Интернет продвижение

направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность: Диджитал маркетинг

форма обучения: очная/заочная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 30.08.2021 г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность Диджитал маркетинг к результатам освоения дисциплины «Интернет продвижение»

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Протокол № 1 от «30» августа 2021г.

Заведующий кафедрой



М.Л. Белоножко

Рабочую программу разработал:

И.В. Легостаева, ассистент кафедры



1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: Формирование у обучающихся совокупности знаний в области теории и практики интернет-маркетинга; получение ими умений и навыков самостоятельной разработки программ по продвижению продукции и бренда компании в сети Интернет.

Основными задачами изучения курса являются:

1. Обобщение и уточнение теоретико-методологических основ организации рекламных кампаний, ориентированных на современные тенденции развития общества.

2. Изучение особенностей маркетинговых технологий, построенных на использовании сети Интернет.

3. Получение навыков оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах и ее оптимизации.

4. Получение умений и навыков самостоятельной разработки и проектирования деятельности в области интернет-маркетинга.

5. Обобщение и уточнение теоретико-методологических основ проектной деятельности, направленной на повышение узнаваемости продукции компании.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Интернет продвижение» относится к дисциплинам части Блока 1, формируемого участниками образовательных отношений учебного плана.

Для полного усвоения данной дисциплины обучающиеся должны знать: «Медиапланирование»; «SMM и SMCS»; «Основы маркетинга и рекламы».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знание:

- маркетинговых технологий;
- основных способов сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации;
- работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами.

Умения:

- использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты;
- находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа;
- работать с большими объемами информации.

Владение:

- навыками планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации;
- навыками мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках;
- навыками определения целевой аудитории потребителей продукции СМИ.

Содержание дисциплины «Интернет продвижение» служит основой для написания ВКР.

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
<p>ПКС-5. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций</p>	<p>Знать: ПКС-5. 3.5.3. Знает технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов ПКС-5. 3.5.4. Знает принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков</p>	<p>Знает: ПКС-5. 3.5.3. Знает технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний в целях интернет-продвижения продукции предприятия ПКС-5. 3.5.4. Знает принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков</p>
	<p>Уметь: ПКС-5. У.5.1. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты ПКС-5. У.5.3. Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций ПКС-5. У.5.4. Умеет осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение ПКС-5. У.5.5. Умеет эффективно работать с системой управления контентом (CMS)</p>	<p>Умеет: ПКС-5. У.5.1. Умеет использовать современные рекламные технологии продвижения в цифровой среде ПКС-5. У.5.3. Умеет интегрировать различные средства продвижения в цифровой среде ПКС-5. У.5.4. Умеет осуществлять планирование мероприятий по интернет-продвижению ПКС-5. У.5.5. Умеет эффективно работать с системой управления контентом (CMS) при продвижении продукции в цифровой среде</p>
	<p>Владеть: ПКС-5. В.5.1. Владеет навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий ПКС-5. В.5.2. Владеет навыками выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации ПКС-5. В.5.3. Владеет навыками разработки плана мероприятий по продвижению продукции СМИ ПКС-5. В.5.7. Владеет оценкой возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру ПКС-5. В.5.8. Владеет перемещением информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов ПКС-5. В.5.9. Владеет проверкой правильности отображения внесенных изменений</p>	<p>Владеет: ПКС-5. В.5.1. Владеет навыками разработки концепции интернет-продвижения ПКС-5. В.5.2. Владеет навыками выбора маркетинговых технологий интернет-продвижения ПКС-5. В.5.3. Владеет навыками разработки плана мероприятий по интернет-продвижению ПКС-5. В.5.7. Владеет оценкой возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру при подготовке рекламных материалов ПКС-5. В.5.8. Владеет перемещением информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов в цифровой среде ПКС-5. В.5.9. Владеет проверкой правильности отображения внесенных изменений в рекламные материалы</p>

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часа

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7
очная	4/7	30	16	-	62	Зачет
очная	4/8	20	10	-	78+36	экзамен, курсовая работа
заочная	4/8	10	8	-	86+4	Зачет
заочная	5/9	12	10	-	113+9	экзамен, курсовая работа

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7 семестр									
1	1	Интернет как среда для ведения предпринимательской деятельности	4	2	-	15	21	ПКС-5.3.5.2 ПКС-5.У.5.2	Презентация Тесты
2	2	Веб-сайт как инструмент маркетинга	10	6	-	14	30	ПКС-5.3.5.2 ПКС-5.3.5.3 ПКС-5.У.5.1 ПКС-5.В.5.2	Презентация Тесты
3	3	Поисковая реклама	12	6	-	15	33	ПКС-5.3.5.2 ПКС-5.3.5.3 ПКС-5.У.5.1 ПКС-5.У.5.3 ПКС-5.В.5.2	Выполнение практической работы
4	4	Методы продвижение товара в сети Интернет. E-mail маркетинг. Интернет-реклама. Оценка эффективности продвижения в Интернете.	4	2	-	18	24	ПКС-5.3.5.2 ПКС-5.3.5.4 ПКС-5.У.5.1 ПКС-5.У.5.3 ПКС-5.В.5.2 ПКС-5.В.5.5 ПКС-5.В.5.6	Презентация Тесты
8 семестр									
4	4	Методы продвижение товара в сети Интернет. E-mail маркетинг. Интернет-реклама. Оценка эффективности продвижения в Интернете.	10	5	-	39	54	ПКС-5.3.5.2 ПКС-5.3.5.4 ПКС-5.У.5.1 ПКС-5.У.5.3 ПКС-5.В.5.2 ПКС-5.В.5.5 ПКС-5.В.5.6	Презентация Тесты
5	5	Маркетинг в социальных сетях	10	5	-	39	54	ПКС-5.3.5.2 ПКС-5.3.5.4 ПКС-5.У.5.1	Презентации Выполне-

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
								ПКС-5.У.5.3 ПКС-5.В.5.2 ПКС-5.В.5.5 ПКС-5.В.5.6	ниепрактической работы
6	Экзамен		-	-	-	36	36	ПКС-5.3.5.2 ПКС-5.3.5.3 ПКС-5.3.5.4 ПКС-5.У.5.1 ПКС-5.У.5.3 ПКС-5.В.5.2 ПКС-5.В.5.5 ПКС-5.В.5.6	Экзаменационные вопросы
Итого:			50	26	-	140+36	252		

заочная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.2

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8 семестр									
1	1	Интернет как среда для ведения предпринимательской деятельности	2	2	-	26	30	ПКС-5.3.5.2 ПКС-5.У.5.2	Презентация
2	2	Веб-сайт как инструмент маркетинга	4	2	-	38	46	ПКС-5.3.5.2 ПКС-5.3.5.3 ПКС-5.У.5.1 ПКС-5.В.5.2	Презентация Тесты
3	3	Поисковая реклама	4	4	-	44	52	ПКС-5.3.5.2 ПКС-5.3.5.3 ПКС-5.У.5.1 ПКС-5.У.5.3 ПКС-5.В.5.2	Выполнение непрактической работы
		Зачет				4	4	ПКС-5	Вопросы и задания
9 семестр									
4	4	Методы продвижение товара в сети Интернет. E-mail маркетинг. Интернет-реклама. Оценка эффективности продвижения в Интернете.	6	4	-	46	56	ПКС-5.3.5.2 ПКС-5.3.5.4 ПКС-5.У.5.1 ПКС-5.У.5.3 ПКС-5.В.5.2 ПКС-5.В.5.5 ПКС-5.В.5.6	Презентация Тесты
5	5	Маркетинг в социальных сетях	6	6	-	45	57	ПКС-5.3.5.2 ПКС-5.3.5.4 ПКС-5.У.5.1 ПКС-5.У.5.3 ПКС-5.В.5.2 ПКС-5.В.5.5 ПКС-5.В.5.6	Презентации Выполнение непрактической работы
	Экзамен		-	-	-	13	13		Вопросы к зачету и экзамену
Итого:			22	18	-	199+13	252		

Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. «Интернет как среда для ведения предпринимательской деятельности».

Основные этапы развития сети Интернет. История развития интернет-бизнеса в России. Количественные и качественные характеристики интернет-аудитории. Комплексный интернет-маркетинг. Формы коммуникаций между предпринимательскими структурами и потребителями в сети Интернет.

Раздел 2. «Веб-сайт как инструмент маркетинга».

Место веб-сайта в деятельности фирмы. Функции и типы веб-сайтов. Основные этапы создания веб-сайта. Методы удержания посетителей веб-сайта. CRM в Интернете. Оценка аудитории сайта: показатели интернет-статистики.

Раздел 3. «Поисковая реклама».

Основные поисковые системы и каталоги в России и за рубежом. Регистрация в каталогах. Оптимизация веб-сайта под поисковые системы. Поисковая реклама. Участие в рейтингах и регистрации в каталогах. Обмен ссылками. Профайлинг и персонализация в интернет-рекламе. Оценка уровня конкуренции при поисковой оптимизации. Анализ коммерческого потенциала посетителя. Количественный и качественный подход к оптимизации. Способы оптимизации сайта.

Раздел 4. «Методы продвижение товара в сети Интернет. E-mail маркетинг. Интернет-реклама. Оценка эффективности продвижения в Интернете».

История электронной почты. Виды электронных рассылок. Организация собственных электронных рассылок. Особенности интернет-рекламы. Виды рекламных площадок. Типы рекламных сообщений. Особенности контекстной и баннерной рекламы. Медиапланирование в Интернете. Проведение рекламных компаний. Система сбора информации для оценки эффективности интернет-рекламы. Методы оценки эффективности интернет-рекламы. Комплексный метод оценки эффективности интернет-рекламы.

Раздел 5. «Маркетинг в социальных сетях».

Продвижение в социальных сетях. Управление репутацией в социальных сетях. Клиентская поддержка в социальных сетях. Мониторинг социальных сетей. Этапы маркетинга в социальных сетях.

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	4	2	-	Основные этапы развития сети Интернет. Комплексный интернет-маркетинг.

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
2	2	10	4	-	Место веб-сайта в деятельности фирмы. Функции и типы веб-сайтов. Основные этапы создания веб-сайта. Методы удержания посетителей веб-сайта. CRM в Интернете. Оценка аудитории сайта: показатели интернет-статистики.
3	3	12	4	-	Основные поисковые системы и каталоги в России и за рубежом. Оптимизация веб-сайта под поисковые системы. Поисковая реклама. Профайлинг и персонализация в интернет-рекламе. Оценка уровня конкуренции при поисковой оптимизации. Анализ коммерческого потенциала посетителя.
4	4	14	6	-	История электронной почты. Виды электронных рассылок. Особенности интернет-рекламы. Особенности контекстной и баннерной рекламы. Медипланирование в Интернете. Проведение рекламных компаний. Методы оценки эффективности интернет-рекламы.
5	5	10	6	-	Продвижение в социальных сетях. Управление репутацией в социальных сетях. Клиентская поддержка в социальных сетях. Мониторинг социальных сетей. Этапы маркетинга в социальных сетях.
Итого:		50	22	X	

Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	2	2	-	Количественные и качественные характеристики интернет-аудитории. Формы коммуникаций между предпринимательскими структурами и потребителями в сети Интернет.
2	2	4	4	-	CRM в Интернете. Оценка аудитории сайта: показатели интернет-статистики. Методы удержания посетителей веб-сайта.
3	3	6	4	-	Оптимизация веб-сайта под поисковые системы. Поисковая реклама. Анализ коммерческого потенциала посетителя. Количественный и качественный подход к оптимизации.
4	4	8	4	-	Особенности Интернет рекламы. Медипланирование в Интернете. Проведение рекламных компаний. Методы оценки эффективности интернет-рекламы.

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
5	5	6	4	-	Портрет пользователя социальных сетей. Продвижение в социальных сетях. Мониторинг социальных сетей. Этапы маркетинга в социальных сетях.
Итого:		26	18	X	X

Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	16	26	-	Основные этапы развития сети Интернет. История развития интернет-бизнеса в России.	Подготовка презентации
2	2	26	38	-	CRM в Интернете.	Подготовка к практическим занятиям Подготовка к тестам
3	3	30	44	-	Анализ поведения потребителей на сайте. Поисковая реклама	Подготовка к практическим занятиям Подготовка к тестам
4	4	34	46	-	Планирование рекламных кампаний в сети Интернет	Выполнение письменных домашних заданий Подготовка к практическим занятиям
5	5	34	45	-	Продвижение в социальных сетях.	Подготовка к практическим занятиям Подготовка к тестированию
			4			Подготовка к зачету
		36	9			Подготовка к экзамену
Итого:		140+36	199+13	X	X	X

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- дискуссия;
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

6. Тематика курсовых работ/проектов

- 1) Основы методологии маркетинга в Интернет
- 2) Электронный маркетинг и системы классификации товаров и услуг
- 3) Сетевая экономика и Интернет-маркетинг
- 4) Сеть Интернет как инструмент маркетинга
- 5) Этические аспекты и принципы ведения электронного маркетинга
- 6) Информационные и телекоммуникационные технологии в Интернетмаркетинге
- 7) Корпоративные информационные системы и функции маркетинга
- 8) CRM -системы как средство реализации маркетинга взаимоотношений с клиентами
- 9) Значение Web-сайта в системе маркетинга предприятия
- 10) Принципы построения Web-сайтов
- 11) Принципы функционирования Web-сайтов
- 12) Особенности маркетинговой деятельности предприятия на электронном рынке
- 13) Оценка эффективности маркетинговой деятельности в сети Интернет
- 14) Методы получения данных в Интернет для реализации маркетинговой деятельности
- 15) Маркетинговые исследования в сети Интернет
- 16) Товарная политика в Интернете
- 17) Рынок услуг в Интернете
- 18) Методы ценообразования в сети Интернет
- 19) Ценовая политика и Интернет
- 20) Система распределения и Интернет
- 21) Организация коммуникативной политики в Интернете
- 22) Методы продвижения Web-сайта в Интернете
- 23) Реклама в сети Интернет
- 24) Методы по стимулированию сбыта в Интернете
- 25) Эффективность e-mail-маркетинга
- 26) Связи с общественностью в Интернете

27) Интернет-брендинг

7. Контрольные работы

У обучающихся очной формы обучения контрольные работы не предусмотрены. Обучающиеся заочной формы обучения выполняют контрольную работу в 8 семестре.

7.1 Методические указания для выполнения контрольных работ

7.2. Тематика контрольных работ

1. Современная концепция интернет- маркетинга.
2. Электронный бизнес и электронная коммерция.
3. Понятие и принципы построения сети Интернет.
4. Платежные системы в интернете.
5. Обеспечение информационной безопасности в сети интернет.
6. Особенности процесса навигации в сети Интернет.
7. Особенности организации маркетинговых исследований в Интернете.
8. Проведение опросов в интернете.
9. Сбор маркетинговой информации о пользователях Интернета.
10. Влияние Интернета на формирование маркетингового окружения и жизненный цикл товара.
11. Применение Интернета для улучшения пред- и послепродажного обслуживания.
12. Использование средств Интернет для разработки и создания новых товаров.
13. Развитие сферы услуг в интернете.
14. Интернет-аукционы.
15. Розничная торговля в интернете. Интернет-посредники.
16. Основные методы организации связей с общественностью в Интернете и их особенности.
17. Организация и принцип работы Интернет-магазина.
18. Влияние Интернета на формирование маркетингового окружения и жизненный цикл товара.
19. Веб-сайт предприятия как инструмент маркетинга и его место в общей программе коммуникаций в Интернете.
20. Развитие Интернета и интернет-маркетинга в России.

8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1. , 8.2

Таблица 8.1

7 семестр

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Готовая презентация по теме	10
1.2	Выполнение тестовых заданий по теме.	10
1.3	Выполнение практических заданий по теме.	10

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
	ИТОГО за первую текущую аттестацию	30
2 текущая аттестация		
2.1	Выполнение практических заданий по теме «CRM в Интернете»	10
2.2	Выполнение тестовых заданий по теме «Поисковая реклама»	10
2.3	Выполнение практического задания «Планирование исследований в сети. Составление анкет и сбор данных».	10
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	30
3 текущая аттестация		
3.1	Тестирование по теме «Методы продвижение товара в сети Интернет».	10
3.2	Практическая работа «Планирование рекламной кампании в сети»	10
3.3	Практическая работа «Создание и продвижение сообщества «ВКонтакте»	10
3.4.	Тестирование по разделу «Маркетинг в социальных сетях»	10
	ИТОГО за третью текущую аттестацию	40
	ВСЕГО	100

Таблица 8.2
8 семестр

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Готовая презентация по теме	10
1.2	Выполнение тестовых заданий по теме.	10
1.3	Выполнение практических заданий по теме.	10
	ИТОГО за первую текущую аттестацию	30
2 текущая аттестация		
2.1	Выполнение практических заданий по теме «CRM в Интернете»	10
2.2	Выполнение тестовых заданий по теме «Поисковая реклама»	10
2.3	Выполнение практического задания «Планирование исследований в сети. Составление анкет и сбор данных».	10
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	30
3 текущая аттестация		
3.1	Тестирование по теме «Методы продвижение товара в сети Интернет».	10
3.2	Практическая работа «Планирование рекламной кампании в сети»	10
3.3	Практическая работа «Создание и продвижение сообщества «ВКонтакте»	10
3.4.	Тестирование по разделу «Маркетинг в социальных сетях»	10
	ИТОГО за третью текущую аттестацию	40
	ВСЕГО	100

8.3. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения) представлена в таблице 8.3.

Таблица 8.3

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	Тестирование по разделу «Интернет как среда для ведения предпринимательской деятельности»	10
2	Презентация по разделу «Интернет как среда для ведения предпринимательской деятельности»	
3	Тестирование по разделу «Веб-сайт как инструмент маркетинга»	10
4	Презентация по разделу «Веб-сайт как инструмент маркетинга»	10
3	Выполнение практического задания «Организация маркетинговых исследований в сети Интернет» по разделу «Поисковая реклама»	15
4	Тестирование по разделу «Методы продвижение товара в сети Интернет. E-mail маркетинг. Интернет-реклама. Оценка эффективности продвижения в Интернете»	10
5	Презентация по разделу «Методы продвижение товара в сети Интернет. E-mail маркетинг. Интернет-реклама. Оценка эффективности продвижения в Интернете»	15
6	Практическая работа «Создание и продвижение сообщества «ВКонтакте»	20
7	Тестирование по разделу «Маркетинг в социальных сетях»	10
	ВСЕГО	100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГНТУ (г. Уфа);
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГТУ (г. Ухта);
- ЭБС «Прспект»;
- ЭБС «Консультант студент»;

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. MicrosoftOfficeProfessionalPlus;
2. Windows 8

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины	Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование)
1	Персональные компьютеры	Проектор, экран

11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по выполнению контрольных работ для обучающихся всех направлений бакалавриата, заочной формы обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 24с.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Метод. рек. к организации самостоятельной работы обучающихся всех направлений подготовки бакалавриата, всех форм обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 32 с.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина Интернет продвижение

Код, направление подготовки: 42.03.01 реклама и связи с общественностью

Программа: Диджитал маркетинг

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
ПКС-5. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.	ПКС-5. 3.5.4. Знает технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний в целях интернет-продвижения продукции предприятия	Не знает технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний в целях интернет-продвижения продукции предприятия	Демонстрирует отдельные знания технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний в целях интернет-продвижения продукции предприятия	Демонстрирует достаточные знания технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний в целях интернет-продвижения продукции предприятия	Демонстрирует исчерпывающие знания технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний в целях интернет-продвижения продукции предприятия
	ПКС-5. 3.5.6. Знает принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков	Не знает принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков	Демонстрирует отдельные знания принципов работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков	Демонстрирует достаточные знания принципов работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков	Демонстрирует исчерпывающие знания принципов работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	ПКС-5. У.5.1. Умеет использовать современные рекламные технологии продвижения в цифровой среде	Не умеет использовать современные рекламные технологии продвижения в цифровой среде	Умеет использовать некоторые современные рекламные технологии продвижения в цифровой среде	Умеет использовать современные рекламные технологии продвижения в цифровой среде	В совершенстве умеет использовать современные рекламные технологии продвижения в цифровой среде
	ПКС-5. У.5.3. Умеет интегрировать различные средства продвижения в цифровой среде	Не умеет интегрировать различные средства продвижения в цифровой среде	Умеет использовать некоторые средства продвижения в цифровой среде	Умеет использовать средства продвижения в цифровой среде	В совершенстве умеет средства продвижения в цифровой среде
	ПКС-5. У.5.4. Умеет осуществлять планирование мероприятий по интернет-продвижению	Не умеет осуществлять планирование мероприятий по интернет-продвижению	Умеет частично осуществлять планирование мероприятий по интернет-продвижению	Умеет осуществлять планирование мероприятий по интернет-продвижению	В совершенстве умеет осуществлять планирование мероприятий по интернет-продвижению
	ПКС-5. У.5.5. Умеет эффективно работать с системой управления контентом (CMS) при продвижении продукции в цифровой среде	Не умеет эффективно работать с системой управления контентом (CMS) при продвижении продукции в цифровой среде	Умеет частично работать с системой управления контентом (CMS) при продвижении продукции в цифровой среде	Умеет эффективно работать с системой управления контентом (CMS) при продвижении продукции в цифровой среде	В совершенстве умеет эффективно работать с системой управления контентом (CMS) при продвижении продукции в цифровой среде

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	ПКС-5. В.5.1. Владеет навыками разработки концепции интернет-продвижения	Не владеет навыками разработки концепции интернет-продвижения	Владеет некоторыми навыками разработки концепции интернет-продвижения	Хорошо владеет навыками разработки концепции интернет-продвижения	В совершенстве владеет навыками разработки концепции интернет-продвижения
	ПКС-5. В.5.2. Владеет навыками выбора маркетинговых технологий интернет-продвижения	Не владеет навыками выбора маркетинговых технологий интернет-продвижения	Владеет некоторыми навыками выбора маркетинговых технологий интернет-продвижения	Хорошо владеет навыками выбора маркетинговых технологий интернет-продвижения	В совершенстве владеет навыками выбора маркетинговых технологий интернет-продвижения
	ПКС-5. В.5.3. Владеет навыками разработки плана мероприятий по интернет-продвижению	Не владеет навыками разработки плана мероприятий по интернет-продвижению	Владеет некоторыми навыками разработки плана мероприятий по интернет-продвижению	Хорошо владеет навыками разработки плана мероприятий по интернет-продвижению	В совершенстве владеет навыками разработки плана мероприятий по интернет-продвижению

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	ПКС-5. В.5.7. Владеет оценкой возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру при подготовке рекламных материалов	Не владеет навыками оценки возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру при подготовке рекламных материалов	Владеет некоторыми навыками оценки возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру при подготовке рекламных материалов	Хорошо владеет навыками оценки возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру при подготовке рекламных материалов	В совершенстве владеет навыками оценки возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру при подготовке рекламных материалов
	ПКС-5. В.5.8. Владеет перемещением информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов в цифровой среде	Не владеет навыками перемещения информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов в цифровой среде	Владеет некоторыми навыками перемещения информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов в цифровой среде	Хорошо владеет навыками перемещения информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов в цифровой среде	В совершенстве владеет навыками перемещения информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов в цифровой среде
	ПКС-5. В.5.9. Владеет проверкой правильности отображения внесенных изменений в рекламные материалы	Не владеет навыками проверки правильности отображения внесенных изменений в рекламные материалы	Владеет некоторыми навыками проверки правильности отображения внесенных изменений в рекламные материалы	Хорошо владеет навыками проверки правильности отображения внесенных изменений в рекламные материалы	В совершенстве владеет навыками проверки правильности отображения внесенных изменений в рекламные материалы.

КАРТА

обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина: Интернет продвижение

Код, направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программа: Диджитал маркетинг

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	2	3	4	5	6
1	Пигулевский, В. О. Дизайн визуальных коммуникаций : учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. Ф. Стефаненко. - Саратов : Вузовское образование, 2018. - 303 с. - URL: http://www.iprbookshop.ru/75951.html . - Режим доступа: для автор. пользователей. - ЭБС "IPR BOOKS".	ЭР	25	100	+
2	Сергодеева, Е. А. Коммуникативные технологии в информационном обществе [Электронный ресурс] : Практикум / Е. А. Сергодеева, М. Т. Асланова, Е. В. Сапрыкина. - Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2016. - 106 с. http://www.iprbookshop.ru/69391.html	ЭР	25	100	+
3	Жильцова, Ольга Николаевна. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. - Москва : Издательство Юрайт, 2020. - 233 с. - (Высшее образование). - URL: https://urait.ru/bcode/451045 . - Режим доступа: для автор. пользователей. - ЭБС "Юрайт".	ЭР	25	100	+

Заведующий кафедрой МиМУ  М.Л. Белоножка

Директор БИК _____



Д.Х. Каюкова