

**Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
«Интернет - маркетинг»**

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель изучения учебной дисциплины

Основной целью освоения дисциплины «Интернет - маркетинг» является ознакомление студентов с принципами и инструментами интернет - маркетинга, которые используются при продвижении сайта, анализа рынка и конкурентной среды. В курсе рассматриваются методика создания рекламных материалов.

1.2. Задачи учебной дисциплины:

- овладеть теорией интернет - маркетинга;
- выработать представления об основных методах интернет-маркетинга и научить применять их в реальной среде;
- развить навыки работы с маркетинговыми базами данных в Интернете и научить эффективно использовать полученную информацию;
- помочь в формировании самостоятельного мышления студентов при выборе методов продвижения компании в Интернете;
- научить обосновывать свои решения перед руководством путем презентации и составления отчетов и маркетинговых планов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

2.1. Цикл (раздел) ООП:

Дисциплина «Интернет - маркетинг» является дисциплиной профессионального цикла и входит в перечень дисциплин вариативной части ООП Б1.В.ДВ.6.

2.2. Взаимосвязь учебной дисциплины с другими учебными дисциплинами ООП

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Интернет-маркетинг» является маркетинг, логистика, менеджмент и др.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

Код сущ-ей компетенции по ГОС	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ОК-3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Знать: - основы маркетинга в условиях Интернета. Уметь: - использовать инструментарий маркетинга; Владеть: - навыками применения маркетинга в условиях Интернета.
ОПК-2	способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	Знать: - специфику применения инструментария маркетинга; Уметь: - применять инструменты маркетинга для разработки эффективной стратегии деятельности организации;

		Владеть: - принципами организации маркетинга в Интернете.
ПК-5	способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	Знать: - ключевые вопросы и процедуру разработки маркетинговой стратегии предприятия в области Интернета. Уметь: - оценивать эффективность Интернет-маркетинга; Владеть: - методами управления маркетинга в Интернете.
ПК -	способность развивать навыки работы с маркетинговыми базами данных в Интернете	Знать основы навыки работы с маркетинговыми базами данных в Интернете. Уметь оценивать эффективность работы с маркетинговыми базами данных в Интернете. Владеть навыки работы с маркетинговыми базами данных в Интернете.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Теоретические аспекты Интернет-маркетинга

Тема 1.1. Основы Интернет - маркетинга.

Тема 1.2. Маркетинговые исследования в Интернете.

Тема 1.3. Анонсирование в поисковых системах и поисковая оптимизация.

Раздел 2. Инструментарий Интернет-маркетинга

Тема 2.1. Интернет-реклама.

Тема 2.2. Эффективность Интернет - рекламы.

Тема 2.3. Вирусный маркетинг.

Тема 2.4. Партнерские программы. Веб - кольца.

Раздел 3. Организационные аспекты Интернет-маркетинга

Тема 3.1. Проблема возврата посетителей и создания постоянной аудитории.

Тема 3.2. Юридическое обеспечение электронного маркетинга.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Традиционные технологии (лекция, практическое занятие, консультация, зачет), технологии интерактивного обучения (дискуссии, игровые технологии, тренинги), проблемное обучение.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

Меркулова А.В., кан. экон. наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и логистики.