

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.4.1 «Интернет-маркетинг (digital marketing)»**

по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки
38.03.01 «Экономика» (уровень бакалавриата)

Направленность (профиль): Мировая экономика

Трудоемкость дисциплины – 2 з.е. (72 часов)

Форма промежуточной аттестации – Зачет.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

ПК-10: способностью использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии;

ПК-11: способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.

Форма обучения очная. Семестр 6.

Содержание дисциплины:

Дисциплина «Интернет-маркетинг (digital marketing)» включает в себя следующие разделы:

Сущность и основные определения Интернет-маркетинга: электронная коммерция, электронный бизнес, Интернет-маркетинг, цифровые инструменты; современная структура глобальной сети Интернет; интерактивный маркетинг.

Интернет-маркетинг и электронный бизнес.

Основные категории электронного рынка по взаимодействию субъектов рыночных отношений в Интернет: business-to-business, B2B; business-to-consumer, B2C; consumer-to-consumer, C2C; business-to-administration, B2A; consumer-to-administration, C2A.

Преимущества Интернет ресурсов как инструментов маркетинговой деятельности: вариативность, доступность, эффективность, информативность, адаптивность.

Маркетинговые функции Интернет-сайтов.

Сущность и преимущества маркетинговых исследований в сети Интернет. Технологии составления выборок респондентов, особенности и правила проведения, применяемые в онлайн-исследованиях.

Традиционные способы продвижения продукции в Интернет.

Инновационные способы продвижения продукции в Интернет.

Разработка, планирование, бюджетирование и управление рекламными кампаниями в системах контекстной рекламы Яндекс.Директ и Google AdWords.

Понятие поисковой оптимизации и ее содержание.

Маркетинг в социальных сетях и новых медиа.

Показатели эффективности Интернет-маркетинга, определяемые поисковыми системами.

Исследование механизмов определения основных показателей эффективности и результативности

Интернет-маркетинга в ходе процесса поисковой оптимизации и продвижения сайта: индекс цитируемости; взвешенный индекс цитирования; тематический индекс цитирования; PageRank; посещаемость сайта и др.

Разработал:

старший преподаватель кафедры МЭО

Проверил:

Директор ИЭиУ



Э.И. Казитова

И.Н. Сычева