

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 05.10.2022 17:25:35

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8c6e6e502a10b4f1de3ae0d

**САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

**Программа подготовки управленческих кадров для организаций
народного хозяйства Российской Федерации**

Центр подготовки управленческих кадров

УТВЕРЖДЕНО

Директор Центра подготовки

управленческих кадров

к.э.н., доцент О.В. Баканач


подпись

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины	<u>ОН-ЛАЙН МАРКЕТИНГ</u> <u>ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ</u>
Программы профессиональной переподготовки	Маркетинг
Тип программы	Проектно-ориентированная программа (тип А - advanced)
Направление подготовки (в рамках Государственного плана)	Маркетинг

Содержание

1. Цели и задачи дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОП
3. Перечень тем и их содержание
4. Методические указания по освоению дисциплины
5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
6. Порядок и условия прохождения промежуточной и итоговой аттестации

Цель курса Он-лайн маркетинг, Интернет-технологии - знакомство слушателей с основными технологиями, лежащими в основе современных Интернет-приложений. Формирование комплекса компетенций по использованию инструментов маркетинга прямо или косвенно связанных с Интернет при продвижении сайта, анализе рынка и конкурентной среды для обеспечения стабильного развития и устойчивого роста компании или предприятия.

Задачи:

- знать основные средства и инструменты продвижения и продаж в Интернете, инструменты
- лидогенерации, SEO – оптимизации, повышения конверсии;
- уметь делать выбор среди современных инструментов интернет-маркетинга для реализации кратко-, средне- и долгосрочных маркетинговых задач организации, настраивать различные системы интернет-рекламы и веб-аналитики;
- владеть методами анализа эффективности результатов деятельности компании в Интернете

2. Место дисциплины в структуре ОП

Курс Он-лайн маркетинг, Интернет-технологии входит в Раздел 2 «Функциональная подготовка» структуры проектно-ориентированной программы.

Междисциплинарные связи

№ п/п	Наименование дисциплин	№№ тем данной дисциплины			
		1	2	3	4
1	Информационные технологии в управлении	+	+	+	+
2	Управление проектами	+	+	+	+
3	Стратегическое управление цифровой трансформацией в экономике	+	+	+	+
4	Маркетинг в интернете	+	+	+	+
5	Бизнес -симуляция «Управление виртуальным предприятием»	+	+	+	+

3. Перечень тем и их содержание.

3.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий: Тематический план курса Он-лайн маркетинг, Интернет-технологии представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий

Темы	Аудиторные занятия		Электронное обучение	Общая трудоемкость без прочей самостоятельной работы
	очные	дистанционные		
<u>Раздел 1.</u> Особенности формирования целевой аудитории в Интернете	1	-	1	2
<u>Раздел 2.</u> Инструменты Интернет-маркетинга	1	-	1	2
<u>Раздел 3.</u> Монетизация Интернет-проектов	2	-		2
<u>Раздел 4.</u> Анализ эффективности деятельности компании в Интернете	2	-		2
Итого	6	0	2	8

3.2. Содержание разделов и тем.

Раздел 1. Особенности формирования целевой аудитории в Интернете

Тема 1. Типы целевых аудиторий Тема 2. Каналы привлечения пользователей Тема 3. Виды оплаты в Интернете.

Раздел 2. Инструменты Интернет-маркетинга

Тема 1. Традиционные маркетинговые инструменты в Интернете
Тема 2. Инструменты лидогенерации
Тема 3. «Новые» инструменты Интернет-маркетинга.

Раздел 3. Монетизация Интернет-проектов

Тема 1. Интернет-магазин как новая форма торговой площадки

Тема 2. Интернет-аукционы.

Тема 3. Digital маркетинг

Раздел 4. Анализ эффективности деятельности компании в Интернете.

Тема 1. Анализ и выбор показателей эффективности разных видов в Интернете

Тема 2. Показатели веб-аналитики

4. Методические указания по освоению дисциплины

4.1 Контактная работа

Контактная работа осуществляется с использованием *активных методов обучения*, позволяющих специалистам совершенствовать умения и навыки, компетенции, приобретать опыт управленческой работы. Могут включать в себя: тренинги, метод кейс-стади, практические семинары, игровые имитации (бизнес-симуляции), мастер-классы, экспертные консультации, социальное обучение, обучение действием, дискуссии, дебаты, мозговой штурм, митап.

4.2 Дистанционные образовательные технологии

Использование дистанционных образовательных технологий допускается на образовательных программах в двух видах:

– *синхронного электронного обучения*, к которому относятся форматы электронного обучения, когда все участники обучения взаимодействуют друг с другом и с преподавателем в реальном времени, в одно и то же время. Примерами являются: вебинар, видеоконференция, видеоконсультация и обратная связь онлайн, чат-румы, общение по Skype, виртуальные классы (live virtual), работа в виртуальных коллаборативных пространствах и любые иные форматы, в которых участники находятся онлайн и взаимодействуют одновременно;

– *асинхронного электронного обучения*, к которому относятся форматы электронного обучения, когда участники обучения используют электронные ресурсы для приобретения информации, выполнения заданий, выдвижения идей, обмена идеями и информацией, а также для иных форм взаимодействия без наличия ограничений по времени и месту, и зависимости от вовлеченности других участников обучения и преподавателя в обучение в то же самое время.

4.3 Самостоятельная работа

Самостоятельная работа включает работу с тестирующими системами, с информационными базами данных сети Интернет, цифровыми платформами, с научной и учебной литературой, изданной на бумажных носителях.

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.

5.1 Перечень литературы.

1. Веселов А., Горбачев М., Пискунова Н. Интернет-маркетинг и продажи: как заставить сайт продавать. Ростов-на-Дону: Феникс, 2014..
3. Одден Л. Продающий контент. Как связать контент-маркетинг, SEO и социальные сети в единую систему. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.
4. Кокрум Дж. Интернет-маркетинг: лучшие бесплатные инструменты. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
5. Мрочковский Н., Горенюк А. Интернет-маркетинг без бюджета. СПб.: Питер, 2014.

5.2 Программные продукты учебного назначения и бизнес-приложения.

1. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.elibrary.ru/>
2. Национальная электронная библиотека [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.nns.ru/>
3. Электронная информационно-образовательной среда СГЭУ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://lms2.sseu.ru>

5.3. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения аудиторных занятий	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
---	---

6. Формы контроля и системы оценивания по дисциплине:

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими рекомендациями по организации обучения специалистов в российских образовательных организациях и разработке образовательных программ для реализации в рамках Государственного плана подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации.

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком « + »
Текущий контроль	Письменная работа (эссе)	+
	Наблюдение (в ходе выполнения учебных задач)	+
	Решение задач определенного типа	+
	Представление результатов и рекомендаций по полученным итогам деловой ситуации (кейс-стади)	+
	Тестирование (компьютерное тестирование)	+
	Кейс (задание на анализ практической ситуации)	+
Промежуточный контроль	Дифференцированный зачет*	+

* Дифференцированный зачет – это зачет с оценкой, форма контроля, которая предусматривает оценивание усвоения обучающего материала по определенной учебной дисциплине в основном на основании результатов выполненных ими индивидуальных заданий.

Шкала и критерии оценки (экзамен)

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно
1. Полно раскрыто содержание вопросов индивидуального письменного задания; 2. Материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, правильно используется терминология; 3. Показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; 4. Продемонстрирована сформированность и устойчивость компетенций.	1. В изложении допущены небольшие пробелы, не искавшие содержание ответа; 2. Допущены один - два недочета при освещении основного содержания ответа.	1. Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса. 2. Допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии; 3. При неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций.
<i>Повышенный уровень сформированности компетенций</i>		<i>Пороговый уровень</i>

Разработчики:

Лосевская Е.Н.

ФИО