

Аннотация к рабочей программе по дисциплине «Интернет-маркетинг»

1. Цели освоения дисциплины

2. Место дисциплины в структуре ООП

Б1.В.ДВ.06.02

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций по данному направлению:

ПК-24 - способностью готовить обзоры научной литературы и электронных информационно-образовательных ресурсов для профессиональной деятельности;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

знать:

историю развития интернет-бизнеса; количественные и качественные характеристики интернет-аудитории; формы коммуникаций между предпринимательскими структурами и потребителями в сети Интернет; основные поисковые системы и каталоги в России и за рубежом; особенности регистрации в каталогах; способы оптимизации веб-сайта под поисковые системы; виды рекламы по электронной почте; особенности работы с собственными рассылками; особенности интернет-рекламы; форматы рекламных сообщений; типы рекламных площадок; методы оценки эффективности интернет-рекламы.

уметь:

составлять описания сайта для каталогов; оптимизировать веб-сайт под поисковые системы; определять способы рекламы посредством электронной почты; вести корпоративные электронные рассылки; планировать рекламные кампании в Интернете; выбирать способы оценки эффективности интернет-рекламы; вести партнерские отношения; выбирать баннерообменные сети; использовать оффлайн-среду для продвижения интернет-проектов.

владеть навыками и (или) опытом деятельности:

навыками выбирать оптимальные формы коммуникаций с потребителями через Интернет; навыками использовать веб-сайт как инструмент маркетинга; навыками позиционировать веб-сайт в поисковых системах и каталогах.

4. Общая трудоемкость дисциплины

180(в часах) 5 з.е.

5. Формы контроля

экзамен (7 семестр)