


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

УТВЕРЖДЕНО
 решением Ученого совета факультета
 от 15 июня 2021 г., протокол № 14/231
 Председатель /Ившина Т.А./
 (подпись, расшифровка подписи)
 «15» июня 2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Продвижение в сети Интернет
Факультет	ФКИ
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	3

Направление (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Профиль: реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

(код направления (специальности), полное наименование)

Форма обучения: очная, заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 1 » сентября 2021 г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 9 от 14.05.2024г. _г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20____г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20____г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Андреева Ю.В.	СОРиК	к.пс.н.

СОГЛАСОВАНО
Заведующий выпускающей кафедрой
 _____ А.К. Магомедов / Подпись ФИО «15» июня 2021 г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов прочных знаний в области применения возможностей интернет технологий в продвижении на рынок предприятия, а также практического применения знаний, полученных в курсе маркетинга, приобретение студентами умений и навыков, необходимых для успешной деятельности в качестве специалистов-маркетологов на предприятиях любой формы собственности.

Задачи освоения дисциплины:

- понимание основных составляющих комплекса маркетинга в сети Интернет
- изучение инструментов и форматов продвижения в сети Интернет;
- анализ основных рекламных интернет-площадок;
- изучение существующих методов реализации рекламных и PR-интернет-проектов;
- освоение этапов разработки маркетинговой стратегии, планирования и контроля в сети Интернет.

В результате освоения дисциплины студент должен знать теоретические основы интернет-маркетинга, уметь: использовать инструменты маркетинга в Интернет и применять их при проведении рекламных, PR и BTL кампаний, проводить анализ эффективности различных инструментов интернет-маркетинга и разрабатывать рекомендации по их совершенствованию, владеть навыками по оценке эффективности как акций интернет-маркетинга так и традиционных акций и кампаний при помощи интернет-инструментов, навыками разработки стратегии интернет-маркетинга и выбора канала цифровых коммуникаций для выполнения задач маркетинговой стратегии.


2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Продвижение в сети Интернет» относится к факультативной части дисциплин учебного плана. Она изучается в 6 семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования сети Интернет, основные аспекты работы специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью, основные аспекты маркетинга и менеджмента (предшествующие дисциплины «Информатика», «Инфографика и визуализация коммуникационного продукта», «Планирование рекламных кампаний», «Планирование PR-кампаний»).

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:


В содержательном плане и в логической последовательности изучения дисциплин она является основанием для последующего изучения дисциплин: «Организация рекламных и PR-мероприятий», «Компьютерная графика и дизайн в рекламе», «Конструирование рекламы», «Работа с рекламными и PR-текстами», «Основы интегрированных коммуникаций», «Продвижение СМИ», «Основы брендинга», «Цифровой маркетинг», «Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов», «Интернациональная и национальная реклама», «Стимулирование сбыта», «Технологии производства рекламного продукта»

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ:

Перечень формируемых компетенций в процессе освоения материала по дисциплине в соответствии с ФГОС ВО:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК4 Способен организовывать и осуществлять работу по созданию и редактированию контента	<p>Знать: - историю развития и современное состояние СМИ; особенности функционирования периодической печати, радио и телевидения. - характеристику функциональных стилей речи; - особенности информационной речи, эпидейктической речи, убеждающей речи, призывающей и рекламной речи</p> <p>Уметь: - составлять тексты разных стилей, в том числе PR-тексты. - редактировать тексты рекламы и связей с общественностью; - использовать богатство и выразительность речи при составлении рекламных текстов;</p> <p>Владеть: - навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах; приемами связи специалиста PR со СМИ. - навыками копирайтинга; - нормами русского литературного языка.</p>
ОПК6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	<p>Знать: - виды, формы массовой коммуникации, структуру и функции СМК и СМИ, информационно-коммуникационные технологии в сфере массовой коммуникации, законы и этические стандарты регулирования взаимоотношений СМИ и общества, требования к информационной безопасности; - основные теоретические понятия сферы маркетинговых исследований;</p> <p>Уметь: - выполнять аналитические и организационные работы с применением информационно-коммуникационных технологий, собирать и систематизировать социальную информацию по массовой коммуникации; - ориентироваться в содержании этапов процесса маркетинговых исследований, грамотно формулировать цели и задачи маркетинговых исследований, разрабатывать план маркетинговых исследований; разрабатывать анкеты для опроса респондентов, проектировать формы для сбора данных; выбирать методы маркетинговых исследований, определять объем выборки;</p>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		


	<p>Владеть: методами информационно-коммуникационных технологий для решения профессиональных задач; - навыками проведения маркетинговых исследований.</p>
<p>ПК 2 - Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий по продвижению продуктов</p>	<p>Знать: - основные правила планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; - виды и особенности планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламной работы и деятельности по связям с общественностью; - основные понятия, используемые в теории и практике рекламы и PR в интернете;</p> <p>Уметь: - участвовать в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; - выполнять профессиональные функции планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий, с учетом знания их особенностей, в области рекламы и связей с общественностью; - анализировать количественно/качественный состав интернет-аудиторий;</p> <p>Владеть: - навыками планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; - тремя составляющими интерактивного PR Web-PR, Net-PR и Online-PR.</p>

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 2

по видам учебной работы (в часах) 2 часа

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения очная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		7	4	5
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	36	36		
Аудиторные занятия:	36	36		
Лекции				
семинарские и практические занятия	36	36		
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	36	36		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Практические задания		
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	зачет	зачет		
Всего часов по дисциплине	72	72		

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		


* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения заочная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		7	4	5
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	8	8		
Аудиторные занятия:	8	8		
Лекции				
семинарские и практические занятия	8	8		
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	60	60		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Практические задания		
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Зачет (4)	Зачет (4)		
Всего часов по дисциплине	72	72		

* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения

Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:
Форма обучения ___ очная ___


Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний	
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа		
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы				
1	2	3	4	5	6	7		
Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга	8		4				4	Устный опрос
Тема 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга	8		4				4	Устный опрос

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Тема 3. E-mail маркетинг	8		4			4	Подготовка презентаций
Тема 4. Создание и оптимизация сайта	12		6			6	Подготовка презентаций
Тема 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа	12		6			6	Подготовка презентаций
Тема 6. Управление проектами в интернет-маркетинге	8		4			4	Подготовка отчёта
Тема 7. Интернет-реклама	8		4			4	Подготовка презентаций
Тема 8. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний	8		4			4	Контрольная работа
Итого	72		36			36	

Форма обучения ___ очная ___

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	
Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга	9		1			8	Устный опрос
Тема 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга	9		1			8	Устный опрос
Тема 3. E-mail	7		1			6	Подготов

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

маркетинг							ка презентаций
Тема 4. Создание и оптимизация сайта	7		1			6	Подготовка презентаций
Тема 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа	9		1			8	Подготовка презентаций
Тема 6. Управление проектами в интернет-маркетинге	9		1			8	Подготовка отчёта
Тема 7. Интернет-реклама	9		1			8	Подготовка презентации
Тема 8. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний	9		1			8	Контрольная работа
Итого	72		8			60	

68+4 (ЗАЧЕТ) = 72 Ч.

5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга.


Сущность и история развития интернет. Особенности маркетинга в интернет. Интернет как новая информационная среда. Функциональное назначение и ресурсы Интернет. Электронный бизнес и электронная коммерция. Виртуальное маркетинговое пространство и технологии Интернет в маркетинге. Сайт организации как инструмент маркетинга.

Практическое занятие. Вопросы для обсуждения:

1. Сервисы и ресурсы Интернет.
2. Сущность и инструменты Интернет-маркетинга.
3. Требования к интернет-маркетологу.
4. Развитие Интернет-маркетинга в России. Портреты интернет-аудиторий.
5. Специфика функций маркетинга в Интернет.

Тема 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга.

Этапы построения системы маркетинга на основе сайта организации. Необходимые интернет-сервисы для создания сайта. Лидогенерация как направление в интернет-маркетинге. Виды лидов и способы оплаты. Источники лидов. Разработка посадочных страниц и модели взращивания лидов на разных типах площадок. Особенности работы

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

партнерских программ. Методика повышения качества лидов.

Практическое задание 1:

1. Разработать стратегию лидогенерации
2. Определить критерии квалификации лида
3. Сформировать воронку продаж
4. Выбрать методы лидогенерации.

Тема 3. E-mail маркетинг.

Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем
Тренды современного E-mail маркетинга. Стратегия сегментации. Экономическая эффективность массовых рассылок. Получатели спам рассылок и их списки Способы получения спам листа.

Практическое занятие. Задание 2.

1. Зарегистрироваться в системе Wix.com
2. Разработать контент для серии писем по продвижению товара или услуги.
3. Организовать рассылку.

Тема 4. Создание и оптимизация сайта.

Планирование Web-сайта. Реализация Web-сайта. Привлечение пользователей на Web-сайт. Подведение итогов на основе сравнения полученных результатов с запланированными по установленным ранее критериям. Основные понятия SEO. Алгоритмы работы поисковых систем. Разработка SEO-friendly сайта. Семантическое ядро сайта. Внутренняя оптимизация.

- Практическое занятие. Задание 3: Создание одностраничного сайта на Wix.ru
- зарегистрироваться на сайте Wix.ru выбрать шаблон лендинга;
 - создать контент;
 - опубликовать сайт.

Тема 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа.

Виды социальных сетей и блог-платформ. Задачи, решаемые с помощью работы в социальных сетях. Особенности взаимодействия с аудиторией в социальных сетях. Обзор инструментов отслеживания упоминаний о брендах и тональности мнений. Принципы работы инструментов и аналитика.

Практическое занятие. Задание 4:


1. Создать группу в соц.сети VK.com
2. Сформировать контент
3. Обновлять содержание группы, увеличивая число подписчиков
4. Оценить эффективность продвижения группы в соцсети.

Тема 6. Управление проектами в интернет-маркетинге.

Этапы разработки проектов в интернете. Особенности выбора поставщиков. Виды систем управления сайтом. Usability тестирование. Варианты хостинга. Разработка прототипов корпоративного сайта. Создание диаграмм поведения пользователей в сети.

Практическое задание 5: Описать один отечественный или зарубежный электронный магазин. В описании раскрыть следующие вопросы:

- Адрес магазина в Интернет, наименование, в каком городе расположен, ассортимент;
- Как устроена витрина магазина
- Тематическая организация каталогов товара
- Система навигации по сайту

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

- Отбор товаров в пользовательскую корзину
- Оформление заказа
- Оплата заказа.

Тема 7. Интернет-реклама.

Виды рекламных кампаний. Задачи и критерии достижения результата: продающая рекламная кампания, информационная и имиджевая. Западная модель типов рекламных кампаний. Принцип работы контекстной рекламы. Виды таргетингов. Этапы запуска контекстной рекламы. Ре-таргетинг. Медийная реклама: виды площадок. Медиабайнг. Таргетированная реклама. Поведенческие технологии.

Практическое задание 6:

1. Разработать проект баннера.
2. Создать рекламную кампанию в системах контекстной рекламы.

Тема 8. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний

Задачи и возможности веб-аналитики. Обзор и сравнительный анализ инструментов веб-аналитики. Виды способов сбора данных. Настройка целей и анализ конверсий. Использование Google Analytics для анализа эффективности рекламных кампаний. Карта кликов от Яндекс.Метрики.

Практическое занятие. Практическое задание 7. Работа с Учебным руководством Google Analytics IQ на сайте <https://support.google.com>

Сформировать: отчеты по аудитории, по источникам трафика, отчет «Карта целей», отчеты по электронной коммерции.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга.

Устный опрос. Вопросы для подготовки: 1. Сущность лэндинга. Виды и методы создания. 2. Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C). 3. Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки. 4. Модели поведения посетителей сайтов. 5. Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет с электронным кошельком: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька). 6. Службы Интернет и их характеристика.

Тема 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга.

Устный опрос. Вопросы для подготовки:

1. Понятие и преимущества лидогенерации. Основные понятия. 2. Виды лидов 3. Лидогенерация как бизнес-процесс 4. Методы лидогенерации. 5. Маркетинговое обеспечение лидогенерации.

Тема 3. E-mail маркетинг.


Подготовка презентации. Примерные вопросы и практическое задание:

1. Разработать информационное письмо для проведения научной конференции, выставки или другого событийного мероприятия. 2. Осуществить рассылку. 3. Этапы работы оформить в виде презентации в Power Point.

Тема 4. Создание и оптимизация сайта.

Подготовка презентации. Примерные вопросы и практическое задание:

1. Используя платформу WordPress создать многостраничный сайт. 2. Разработать

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

семантическое ядро и контент.

Тема 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа.

Подготовка презентации. Примерные вопросы и практическое задание:

1. Зарегистрироваться в одной из социальных сетей. 2. Создать сообщество. Подготовить контент. 3. Разработать стратегию продвижения группы. 4. Разработать рекламную или PR кампанию по продвижения товаров и услуг с использованием мессенджеров (WhatsApp, Viber, Facebook Messenger, Telegram, Skype, ICQ, Google Hangouts) 5. Результаты представить в виде презентации в Power Point.

Тема 6. Управление проектами в интернет-маркетинге.

Подготовка отчета - практическое задание: 1. Разработать стратегию создания продающего сайта (онлайн-магазина). 2. Рассчитать плановую экономическую эффективность бизнес-идеи. 3. Результаты представить в виде отчетов в СППР Project Expert.

Тема 7. Интернет-реклама.

Подготовка презентации. Примерные вопросы и практическое задание: 1. Ознакомиться с возможностями систем контекстной рекламы Яндекс.Директ и Google AdWords 2. Разработать стратегию проведения рекламной кампании в одной из систем. 3. Результаты представить в виде презентации в Power Point.

Тема 8. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний.

Контрольная работа. Вопросы к контрольной работе: 1. Медийная реклама. 2. Контекстная реклама. 3. Поисковая реклама. 4. Геоконтекстная реклама. 5. Вирусная реклама. 6. Продукт-плейсмент (в онлайн-играх). 7. Реклама в блогах. 8. Интерстильная реклама. 9. Этапы работы над контекстной рекламной кампанией. 10. Оценка эффективности баннерной рекламы. 11. Эффективность мероприятий Интернет маркетинга.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)


Не предусмотрено по учебному плану.

8. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ


Не предусмотрено по учебному плану.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

№	Формулировка вопроса
1.	Е-mail маркетинг. Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем.
2.	Стратегия сегментации в Е-mail маркетинге. Экономическая эффективность массовых рассылок
3.	Тенденции современного Е-mail маркетинга.
4.	Модели поведения посетителей сайтов.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

5.	Лидогенерация как бизнес-процесс. Преимущества, основные понятия.
6.	Методы лидогенерации. Факторы успеха лидогенерации.
7.	Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет с электронным кошельком: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька).
8.	Лэндинг. Методы и факторы успеха.
9.	Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C).
10.	Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки.
11.	Понятие электронного бизнеса. Преимущества электронного бизнеса. Причины перехода в киберпространство.
12.	Создание и регистрация сайта.
13.	Разработка SEO-friendly сайта.
14.	Виды интернет-рекламы.
15.	Сервисы контекстной рекламы. Анализ эффективности контекстной рекламы.
16.	Медиапланирование в Интернет. Критерии выбора рекламных носителей
17.	Оценка эффективности рекламной кампании.
18.	SMM. Методы и стратегии.
19.	Сравнительная характеристика социальных сетей в Рунете. Особенности продвижения в социальных сетях.
20.	PR в интернет.
21.	Модели электронного бизнеса и их характеристика.
22.	Сущность и функции браузера. Сравнение популярных браузеров.
23.	Требования к Интернет-магазину. Обработка заказа. Управление магазином.
24.	Партнерский маркетинг. Партнерские программы, виды, поиск, управление
25.	SEO. Алгоритм работы поисковой системы. Основные понятия.
26.	Внутренняя оптимизация сайта.
27.	Службы Интернет и их характеристика.
28.	Спам.
29.	Интернет-магазин. Обработка заказа. Управление магазином.
30.	Развитие сферы услуг в Интернет.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ


Общие положения

Самостоятельная работа студентов обычно складывается из нескольких составляющих:

- работа с текстами: лекций, учебниками, дополнительной литературой, в том числе материалами Интернета;
- подготовка устных сообщений, презентаций, выполнение практических заданий;
- участие в работе семинаров;
- подготовка к зачету и пр.

Очная форма


Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>)	Объем в часах	Форма контроля (<i>проверка решения задач, реферата и др.</i>)
Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга	Подготовка к семинарскому занятию, подготовка к устному опросу	4	Устный опрос, сообщение
Тема 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга	Подготовка к семинарскому занятию, подготовка к устному опросу	4	Устный опрос, сообщение
Тема 3. E-mail маркетинг	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания, подготовка РР-презентации	4	Презентация
Тема 4. Создание и оптимизация сайта	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания, подготовка РР-презентации	6	Презентация
Тема 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания, подготовка РР-презентации	6	Презентация
Тема 6. Управление проектами в интернет-маркетинге	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания, подготовка отчёта	4	Отчёт
Тема 7. Интернет-реклама	Подготовка к семинарскому занятию. Выполнение практического задания, подготовка РР-презентации	4	Презентация
Тема 8. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных	Подготовка к контрольной работе	4	Контрольная работа

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

кампаний			
----------	--	--	--

Заочная форма

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.)	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга	Подготовка к семинарскому занятию, подготовка к устному опросу	8	Устный опрос, сообщение
Тема 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга	Подготовка к семинарскому занятию, подготовка к устному опросу	8	Устный опрос, сообщение
Тема 3. E-mail маркетинг	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания, подготовка РР-презентации	6	Презентация
Тема 4. Создание и оптимизация сайта	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания, подготовка РР-презентации	6	Презентация
Тема 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания, подготовка РР-презентации	8	Презентация
Тема 6. Управление проектами в интернет-маркетинге	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания, подготовка отчёта	8	Отчёт
Тема 7. Интернет-реклама	Подготовка к семинарскому занятию. Выполнение практического задания, подготовка РР-презентации	8	Презентация
Тема 8. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний	Подготовка к контрольной работе	8	Контрольная работа
Итого		60	

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Список рекомендуемой литературы

Основная литература:

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. - Москва : Дашков и К, 2016. - 352 с. - ISBN 978-5-394-02474-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394024740.html>
2. Катаев, А. В. Digital-маркетинг : учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова. - Ростов н/Д : ЮФУ, 2020. - 161 с. - ISBN 978-5-9275-3437-1. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785927534371.html>

Дополнительная литература

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468966>
2. Смолина, В. А. SMM С НУЛЯ. Секреты продвижения в социальных сетях / Смолина В. А. - Москва : Инфра-Инженерия, 2019. - 252 с. - ISBN 978-5-9729-0259-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785972902590.html>
3. Бердышев, С. Н. Секреты эффективной интернет-рекламы : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 121 с. — ISBN 978-5-394-01667-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75200.html>
4. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468965>

Учебно-методическая литература

1. Андреева Ю. В. Продвижение в сети интернет : учебно-методические указания для студентов направления подготовки бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Ю. В. Андреева; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 217 КБ). - Текст : электронный. — URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8151>

Согласовано:

Гл. библиотекарь ООП/Шмакова И.А. /  2021



б) Программное обеспечение:

- Операционная система Windows;
- Пакет офисных программ Microsoft Office.

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы:

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2021]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2021]. - URL: <https://ura.it.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2021]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. – Москва, [2021]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букап. – Томск, [2021]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2021]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2021]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.8. Clinical Collection : коллекция для медицинских университетов, клиник, медицинских библиотек // EBSCOhost : [портал]. – URL: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/advanced?vid=1&sid=9f57a3e1-1191-414b-8763-e97828f9f7e1%40sessionmgr102>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

1.9. Русский язык как иностранный : электронно-образовательный ресурс для иностранных студентов : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». – Саратов, [2021]. – URL: <https://ros-edu.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2021].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2021]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2021]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.3. «Grebennikov» : электронная библиотека / ИД Гребенников. – Москва, [2021]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Национальная электронная библиотека : электронная библиотека : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ ; РГБ. – Москва, [2021]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. SMART Imagebase // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebsco.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.


6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотека УлГУ : модуль АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Согласовано:

Зам. нач. УИТБ | Ключкова АВ | _____
Должность сотрудника УИТиТФИО ФИО подпись дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения занятий оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории, имеется проектор и ноутбук. Вместимость аудитории не менее 20 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Помещение оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;


– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей

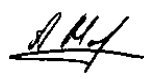
Разработчик




доцент Андреева Ю.В.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Магомедов А.К.		14.05.24

Приложение 1

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2024]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ ; образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2024]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2024]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2024]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букар». – Томск, [2024]. – URL: <https://www.books-ur.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». – Москва, [2024]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]; справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2024].

3. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Инженер ведущий



Щуренко Ю.В.

2024