

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Направление подготовки:
38.04.01 Экономика

Направленность (профиль)
Цифровой маркетинг

Уровень высшего образования: магистратура

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель – освоение научных и эмпирических знаний о возможностях использования маркетинговых технологий в комплексе маркетинга, применяемой для продвижения продуктов или услуг компании.

Для достижения поставленной цели при изучении дисциплины решаются следующие задачи:

- освоение теоретических основ применения интернет-технологий в маркетинге;
- познание закономерностей воздействия на аудиторию маркетинговых технологий в сети Интернет;
- приобретение навыков оценки результативности рекламных кампаний, реализуемых посредством технологий Интернет-маркетинга;
- изучение особенностей инфраструктуры маркетинговой деятельности в сети Интернет;
- овладение методами продвижения товаров и услуг компании посредством интернет-маркетинга.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Интернет-маркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.01 Экономика.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

3.1. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций (результатов освоения образовательной программы):

Код компетенции	Содержание компетенций
ПК-4	Способен разработать систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
ПК-5	Способен формировать, обосновать бюджет продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», контролировать реализацию его стратегии

3.2. Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми компетенциями образовательной программы

Коды и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
ПК-4 Способен разработать систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПК-4.1 – планирует работы по продвижению проекта на каждом этапе реализации стратегии в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; ПК-4.2 – распределяет ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения	Знать: систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; основы бюджетирования маркетинговой деятельности; инструменты интернет-маркетинга; стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Уметь: проводить стратегическое планирование интернет-кампаний; рационально распределять ресурсы для каждого этапа продвижения. Владеть: навыками продвижения проекта в сети Интернет; навыками составления системы показателей, необходимых и достаточных для анализа эффективности продвижения проекта; методами прогнозирования результатов реализации маркетинговой программы
ПК-5 Способен формировать, обосновать	ПК-5.1 – оценивает финансовые возможно-	Знать: принципы формирования бюджета продвижения проекта; основные методы разработки бюджета продви-

бюджет продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», контролировать реализацию его стратегии	сти заказчика и рассчитывает экономический эффект от реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; ПК-5.4 – контролирует реализацию бюджета продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	жения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Уметь: вычислять экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика; обосновывать необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения. Владеть: навыками оценки финансовых возможностей заказчика и экономического эффекта от реализации стратегии продвижения; навыками планирования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения.
--	---	--

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

4.1. Объем дисциплины

Вид учебной работы	Всего часов		
	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины	не реализуется	144	не реализуется
Контактная работа обучающегося с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего), в том числе:		54	
<i>Занятия лекционного типа</i>		18	
<i>Занятия семинарского типа (практич., семин., лаборат. и др.)</i>		36	
<i>Самостоятельная работа под руководством преподавателя</i>		54	
Самостоятельная работа обучающихся СРС/подготовка к экзамену (зачету) в соответствии с учебным планом		36	
Вид промежуточной аттестации (зачет/зачет с оценкой/ экзамен/курсовая работа)		Экзамен	

4.2. Разделы и темы дисциплины, их трудоемкость по видам учебных занятий

4.2.1. Темы дисциплины, их трудоемкость по видам учебных занятий для очной формы обучения:

Не реализуется

4.2.2. Темы дисциплины, их трудоемкость по видам учебных занятий для очно-заочной формы обучения:

№ п/п	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа обучающегося с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего), в том числе:				Процедура оценивания / оцениваемые компетенции
			ЛЗ	СЗ	ЛР	СРС	
1	Маркетинг и интернет-маркетинг	28	4	10		14	Участие в устном опросе, дискуссии, выполнение заданий

							и упражнений для самостоятельной работы / ПК-4, ПК-5
2	Веб-аналитика и юзабилити	28	6	10		12	Участие в устном опросе, выполнение заданий и упражнений для самостоятельной работы / ПК-4, ПК-5
3	Рекламные каналы	26	4	8		14	Тестирование, выполнение заданий и упражнений для самостоятельной работы / ПК-4, ПК-5
4	Комплексное продвижение	26	4	8		14	Участие в устном опросе, выполнение контрольной работы, заданий и упражнений для самостоятельной работы / ПК-4, ПК-5
	Экзамен	36				36	Сдача экзамена
	Итого	144	18	36		90	

4.2.3. Темы дисциплины, их трудоемкость по видам учебных занятий для заочной формы обучения:

Не реализуется

4.3. Содержание дисциплины

Тема 1 Маркетинг и интернет-маркетинг

Модель маркетинг-микс. Позиционирование. Интернет-маркетинг. Особенности интернет-аудитории в России. Анализ продукта и целевой аудитории. Анализ конкурентов. Продвижение в Интернете.

Тема 2 Веб-аналитика и юзабилити

Понятие веб-аналитики. Известные системы веб-аналитики. Сбор статистики онлайн и офлайн. Эффективность продвижения и ее оценка. Юзабилити. Оценка юзабилити с помощью систем веб-аналитики.

Тема 3 Рекламные каналы

Понятие и принципы работы поискового продвижения. Понятие и преимущества контекстной рекламы. Партнерские программы. Баннерная и тизерная реклама. Модели поиска. Контент-анализ. Оценка эффективности контекстной рекламы. Особенности аудитории социальных сетей. Сегментирование и управление базой подписчиков.

Тема 4 Комплексное продвижение

Построение стратегии продвижения методами интернет-маркетинга. Понятие и типы конверсий. Этапы построения стратегии продвижения с использованием интернет-маркетинга. Значимость повторных продаж и роль частоты покупок в стратегии продвижения.

4.4. Темы семинарских занятий и лабораторных работ

Тема 1 Маркетинг и интернет-маркетинг

Дискуссия по темам:

- Дайте определение понятию позиционирование в маркетинге в целом, и назовите отличительные черты позиционирования в интернет-маркетинге.
- Дайте определение понятию Интернет-маркетинг.
- Назовите критерии особенностей интернет-аудитории.
- Назовите особенности российской интернет-аудитории.

Тема 2 Веб-аналитика и юзабилити

Устный опрос по вопросам к теме.

Тема 3 Рекламные каналы

Выполнение тестового задания.

Тема 4 Комплексное продвижение

Выполнение контрольной работы.

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

5.1. Задания для самостоятельной подготовки к занятиям семинарского типа

Семинарское занятие №1.

Тема занятия: Маркетинг и интернет-маркетинг

Задания (вопросы) для подготовки:

1. Назовите и раскройте основные методы анализа продукта в интернет-маркетинге.
2. Назовите и раскройте основные методы анализа целевой аудитории в интернет-маркетинге.
3. Определите объекты и субъекты маркетинговой деятельности на электронном рынке.
4. Назовите и раскройте основные методы анализа конкурентов в интернет-маркетинге.
5. Назовите и раскройте основные методы продвижения в Интернете.

Семинарское занятие №2.

Тема занятия: Веб-аналитика и юзабилити

Задания (вопросы) для подготовки:

1. Сбор статистики онлайн и офлайн.
2. Оценка эффективности продвижения.
3. Понятие Юзабилити.
4. Чек-лист Якоба Нильсена.
5. Оценка юзабилити с помощью систем веб-аналитики.

Семинарское занятие №3.

Тема занятия: Рекламные каналы

Задания (вопросы) для подготовки:

1. Дайте определение понятию контекстной рекламы.
2. Раскройте преимущества контекстной рекламы.
3. Дайте определение понятию партнерской программы.
4. Раскройте особенности партнерства в интернет-маркетинге.
5. Дайте определение понятию баннерная реклама в интернете.
6. Дайте определение понятию тизерная реклама в интернете.

Подготовка к тестированию – повторить ранее изученный материал темы.

Семинарское занятие №4.

Тема занятия: Комплексное продвижение

Задания (вопросы) для подготовки:

1. Дайте определение понятию поискового продвижения.
2. Раскройте принципы работы поискового продвижения
3. Стратегия продвижения.
4. Комплексное продвижение.
5. Особенности построения стратегии продвижения методами интернет-маркетинга.

Подготовиться к контрольной работе.

5.2. Задания и упражнения для самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Задания и упражнения для самостоятельной работы
1	Маркетинг и интернет-маркетинг	Найдите в интернете данные об организации, реализующей продукцию или предоставляющей услуги при помощи сети. Проведите анализ продукта, целевой аудитории и конкурентов выбранной Вами организации. Проведите SWOT анализ, на основе полученной информации. Оцените его результаты.

2	Веб-аналитика и юзабилити	<p>Теоретическая часть</p> <p>1. Дайте развернутое определение эффективности продвижения товаров, работ или услуг в интернете.</p> <p>2. Назовите критерии оценки эффективности продвижения товаров, работ или услуг в интернете.</p> <p>Практическая часть</p> <p>При начале сотрудничества клиент поставил цель – достичь оборота 1 млн. рублей. Одна из особенностей функционирования данного бизнеса – сравнительно низкий спрос при высоком среднем чеке и низкой маржинальности. Кроме того, поскольку клиент занимается итальянской сантехникой, наблюдается сильная зависимость наценки от курса валюты.</p> <p>Определить необходимое количество лидов для достижения цели клиента и эффективную цену лида при среднем чеке 22 тыс. руб. и конверсии лидов в продажи равной 26%.</p> <p>Выбрать и обосновать эффективность базовых рекламных каналов.</p> <p>Распределить совокупный бюджет между каналами.</p> <p>Обосновать ежемесячное распределение бюджета между каналами.</p>
3	Рекламные каналы	<p>Кейс по теме 3.</p> <p>Условие кейса</p> <p>КЛИЕНТ: Интернет-магазин по продаже товаров для охоты и рыбалки.</p> <p>ЗАДАЧИ:</p> <p>1. Увеличить небрендовый трафик из поисковых систем минимум в полтора раза.</p> <p>2. Максимально увеличить поисковый трафик на все категории и карточки товаров из раздела “Лодки и моторы”.</p> <p>ПОКАЗАТЕЛИ НА МОМЕНТ СТАРТА РАБОТ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> На момент начала работ (январь 2017 г.) посещаемость из поисковых систем по небрендовым запросам составляла 19 358 визитов в месяц. <input type="checkbox"/> Яндекс — 11 075 визитов. <input type="checkbox"/> Google — 8 283 визита. <p>ВЫПОЛНЕННЫЕ РАБОТЫ:</p> <p>1. Техническая оптимизация</p> <p>1.1. Настройка главного зеркала</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Сайт был доступен по адресам с www и без www. В индексе поисковых систем содержались оба адреса. Настроили 301-й редирект. <input type="checkbox"/> В файле robots.txt отсутствовало указание главного зеркала в директиве host, добавили. <p>1.2. Дубли</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> На сайте содержалось большое количество дублей страниц разного типа: <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> главная страница была доступна при добавлении /index.php <input type="checkbox"/> все внутренние страницы были доступны со знаком “/” на конце и без него; <input type="checkbox"/> на страницах категорий URL менялись при изменении формата отображения товаров; <input type="checkbox"/> были открыты для индексации результаты сортировки товаров; <input type="checkbox"/> на страницах карточек товаров ссылки на дополнительные рекомендуемые товары содержали дополнительный префикс, не закрытый от индексации. То есть один и тот же товар был доступен по разным URL адресам; <input type="checkbox"/> URL адрес одного и того же товара менялся в зависимости от того, в какой категории он находился. <p>1.3. Битые ссылки</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Было обнаружено и исправлено большое количество битых ссылок. <p>1.4. Скрипты и стили в исходном коде</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> В исходном коде страниц содержалось большое количество скриптов и стилей более 10 строк. Они были вынесены в отдельные файлы. <p>1.5. Страницы пагинации</p> <p>Страницы пагинации были настроены некорректно:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> на них дублировался текст категорий; <input type="checkbox"/> отсутствовала уникализация основных тегов и заголовков <p>2. Текстовая оптимизация</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Для страниц категорий и карточек товаров составлены шаблоны важных зон.

		<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Для приоритетных категорий проведен текстовый анализ, на основе которого были написаны и опубликованы тексты. <input type="checkbox"/> Названия всех категорий составили в разных падежах, чтобы их можно было применить в шаблонах. <p>3. Внутренняя перелинковка</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Для страниц категорий и карточек товаров реализовали перелинковку. <input type="checkbox"/> Все страницы категорий были перелинкованы в замкнутый граф. С каждой страницы категории было проставлено по 5 ссылок на соседние категории с уникальными текстами ссылок. Аналогично было сделано и на страницах карточек товаров. <p>4. Создание сети региональных поддоменов</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Т.к. магазин осуществляет доставку товаров по России, было принято решение создать поддомены на 170 городов с населением более 100 тыс. человек. <input type="checkbox"/> Составили и создали имена для поддоменов; <input type="checkbox"/> Файл robots.txt настроили так, чтобы в директиве host содержался адрес поддомена, на котором открывается файл. Для Google все поддомены закрыли от индексации. <input type="checkbox"/> В XML карте сайта также настроили отображение адресов страниц с указанием поддомена, на котором открывается карта сайта. <input type="checkbox"/> Составили шаблоны важных зон(title, description, h1, текст) для страниц категорий и карточек товаров, чтобы они отличались от шаблонов на основном домене и содержали в себе название региона. Важные зоны всех остальных страниц либо изменили, либо просто добавили название региона. <input type="checkbox"/> Если для региона нет региональных адреса и телефона, то на нем оставили номер 8-800. <input type="checkbox"/> Добавили все поддомены в панель Яндекс.Вебмастера. Сейчас подтверждать права для поддоменов можно упрощенным способом, достаточно сгенерировать один файл для основного домена и с помощью него же можно подтвердить права на все поддомены. <p>ИТОГ По факту на конечный результат значительно повлияли три типа работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Техническая настройка <input type="checkbox"/> Расширение структуры сайта за счет создания сети из 170 поддоменов и реализации страниц тегов. <input type="checkbox"/> Оптимизация важных зон (title, description, заголовков H1, текст) для основных типов страниц. <p>ПЛАНЫ</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Добавление адресов пунктов выдачи транспортных компаний на все поддомены; <input type="checkbox"/> Расширение категорий сайта (дальнейшее тэгирование); <input type="checkbox"/> Продолжение работы над техническими настройками сайта; <input type="checkbox"/> Расширение функционала фильтров; <input type="checkbox"/> Наполнение контентом очередных по приоритетности страниц сайта. <p>Провести анализ кейса. Ответить на вопросы: Что наибольшим образом повлияло на рост посещаемости сайтов? Почему рост на Яндексе был в разы больше по сравнению с ростом на Google? Обоснуйте представленные в кейсе итоги. Определите наиболее перспективные планы</p>
4	Комплексное продвижение	<p>На основе выполненного Вами аналитического задания постройте стратегию продвижения выбранного товара, работы или услуги с использованием интернет-маркетинга.</p> <p>Оцените и обоснуйте возможные результаты разработанной стратегии.</p>

5.4. Перечень тем (заданий) для курсовой работы

Не предусмотрено.

6. Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся

6.1 Примерные оценочные средства, включая тестовые оценочные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) приведены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

6.2 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) включают следующие разделы:

- перечень компетенций, формируемых в процессе освоения учебной дисциплины;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по учебной дисциплине, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по учебной дисциплине, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Сафонова Л.А. Интернет-маркетинг: учебное пособие / Л.А. Сафонова, Г.Н. Смоловик, В.П. Королева. — Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2019. — 80 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/90586.html> (дата обращения: 29.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Акулич М.В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М.В. Акулич. — Москва: Дашков и К, 2019. — 352 с. — ISBN 978-5-394-02474-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85658.html> (дата обращения: 29.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Шпаковский В.О. PR-дизайн и PR-продвижение: учебное пособие / В.О. Шпаковский, Е.С. Егорова. — Москва: Инфра-Инженерия, 2018. — 452 с. — ISBN 978-5-9729-0217-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/78249.html> (дата обращения: 29.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная литература:

1. Белоконская Е.Г. Основы интернет-трейдинга: учебное пособие / Е.Г. Белоконская. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 138 с. — ISBN 978-5-4497-2225-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/131412.html> (дата обращения: 28.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Соколовров А.П. УМНО, или Управление маркетингом нетривиальным образом / А.П. Соколовров. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. — 216 с. — ISBN 978-5-9614-4400-1. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/82355.html> (дата обращения: 29.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

в) интернет-ресурсы:

- Сайт ОЧУ ВО «Еврейский университет» <https://www.j-univer.ru/>
- ЭБС IPR Books <http://iprbookshop.ru> (учебники и учебные пособия, монографии, сборники научных трудов, научная периодика, профильные журналы, справочники, энциклопедии);
- ООО «ИВИС» <https://dlib.eastview.com> (электронные версии периодических изданий ООО «ИВИС»);
- Web of Science <http://webofknowledge.com/> (обширная международная универсальная реферативная база данных);

- **Scopus** <https://www.scopus.com> (международная универсальная реферативная база данных, индексирующая более 21 тыс. наименований научно-технических, гуманитарных и медицинских журналов, материалов конференций примерно 5000 международных издательств);
- **Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU** <https://elibrary.ru> (крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования);
- **ООО «Национальная электронная библиотека» (НЭБ)** <http://нэб.рф/> (объединенные фонды публичных библиотек России федерального, регионального, муниципального уровня, библиотек научных и образовательных учреждений);
- **«НЭИКОН»** <http://www.neicon.ru/> (доступ к современной зарубежной и отечественной научной периодической информации по гуманитарным и естественным наукам в электронной форме);
- **«Polpred.com Обзор СМИ»** <http://www.polpred.com> (статьи, интервью и др. информагентств и деловой прессы за 15 лет);
- <http://ecsocman.hse.ru> Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент»;
- Образовательный портал - <https://e.muiv.ru/> на платформе «Moodle»

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

№	Наименование учебных аудиторий (лабораторий) и помещений для самостоятельной работы	Перечень оборудования и технических средств обучения	Программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства
1	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Преподавательский стол; столы обучающихся; стулья; классная доска; мультимедийный комплекс; наглядные пособия (плакаты) <i>Место, оборудованное для лиц с ограниченными возможностями.</i> Лицензионное программное обеспечение, подключенное к сети Интернет	7-Zip (Бесплатное ПО); 10-Strike Network Inventory ПО РФ (ПО) Duductor Academic ПО РФ (Бесплатное ПО); https://basegroup.ru/deductor/manual/licence-deductor-academic Eset Endpoint security (Платное ПО) https://help.eset.com/eula/ GIMP (Бесплатное ПО); https://docs.gimp.org/2.10/ru/ microsoft office профессиональный плюс 2016 (ПО) https://www.microsoft.com/en-us/Useterms/Retail/Office/2016Professional/Useterms_Retail_Office_2016Professional_RUS.htm Microsoft power Bi (Бесплатное ПО); https://powerbi.microsoft.com/ru-ru/windows-license-terms/ icrosoft Visual Studio (Бесплатное ПО); https://visualstudio.microsoft.com/ru/license-terms/mt171584/ Notepad ++ (Бесплатное ПО); https://www.gnu.org/licenses/old-licenses/gpl-2.0.html Zoom (Бесплатное ПО); https://explore.zoom.us/ru/terms/ Anaconda3 2019 (Бесплатное ПО); https://www.anaconda.com/eula-anaconda-individual-edition Android studio (Бесплатное ПО); https://developer.android.com/studio/terms Brackets (Бесплатное ПО); https://github.com/brackets-cont/brackets/blob/master/LICENSE CodeBlocks (Бесплатное ПО); https://www.codeblocks.org/license/ Firebird (Бесплатное ПО); https://firebirdsql.org/en/licensing/ KNIME analytics platform (Бесплатное ПО); https://www.knime.com/downloads/full-license Loginom community РФ ПО (Бесплатное ПО); https://loginom.ru/legal Monogame SDK (Бесплатное ПО); https://github.com/MonoGame/MonoGame/blob/develop/LICENSE.txt Openproj (Бесплатное ПО); https://opensource.org/licenses/CPAL-1.0 tableau 2019 (Бесплатное ПО); https://www.tableau.com/legal Visual studio community 2017 (Бесплатное ПО); https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwi-qZeRxxv7zAhXhsYsKHZorBAsQFnoECBgQAQ&url=https%3A%2F%2Fvisualstudio.microsoft.com%2Fwp-con-

			<p>tent%2Fuploads%2F2017%2F01%2FVS2017_COMMUNITY_RC_RUS_Eula.1049-1.docx&usg=AOvVaw0tLx1QA4E2McNypfRn9tTo</p> <p>Visual studio community 2019 (Бесплатное ПО); https://visualstudio.microsoft.com/ru/license-terms/mlt110718/</p> <p>Консультант плюс</p>
2	Компьютерный класс	<p>Преподавательский стол; столы обучающихся; стулья; классная доска; мультимедийный комплекс; ПК преподавателя; ПК обучающихся; наглядные пособия (плакаты)</p> <p><i>Место, оборудованное для лиц с ограниченными возможностями.</i></p> <p>Лицензионное программное обеспечение, подключенное к сети Интернет</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 7-Zip (Бесплатное ПО); 2. 10-Strike Network Inventory ПО РФ (ПО) 3. Ductor Academic ПО РФ (Бесплатное ПО); https://basegroup.ru/deductor/manual/licence-deductor-academic 4. Eset Endpoint security (Платное ПО) https://help.eset.com/eula/GIMP (Бесплатное ПО); https://docs.gimp.org/2.10/ru/ 5. microsoft office профессиональный плюс 2016 (ПО) https://www.microsoft.com/en-us/Useterms/Retail/Office/2016Professional/Useterms_Retail_Office_2016Professional_RUS.htm 6. Microsoft power Bi (Бесплатное ПО); https://powerbi.microsoft.com/ru-ru/windows-license-terms/ Microsoft Visual Studio (Бесплатное ПО); https://visualstudio.microsoft.com/ru/license-terms/mt171584/ 7. Notepad ++ (Бесплатное ПО); https://www.gnu.org/licenses/old-licenses/gpl-2.0.html 8. Zoom (Бесплатное ПО); https://explore.zoom.us/ru/terms/ 9. Anaconda3 2019 (Бесплатное ПО); 10. https://www.anaconda.com/eula-anaconda-individual-edition Android studio (Бесплатное ПО); https://developer.android.com/studio/terms 11. Brackets (Бесплатное ПО); https://github.com/brackets-cont/brackets/blob/master/LICENSE 12. CodeBlocks (Бесплатное ПО);https://www.codeblocks.org/license/Firebird (Бесплатное ПО); https://firebirdsql.org/en/licensing/ 13. KNIME analytics platform (Бесплатное ПО); https://www.knime.com/downloads/full-license 14. Loginom community РФ ПО (Бесплатное ПО);https://loginom.ru/legal 15. Monogame SDK (Бесплатное ПО); https://github.com/MonoGame/MonoGame/blob/develop/LICENSE.txt Openproj (Бесплатное ПО); https://opensource.org/licenses/CPAL-1.0 16. tableau 2019 (Бесплатное ПО); https://www.tableau.com/legal 17. Visual studio community 2017 (Бесплатное ПО); https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKewi-qZeRxxv7zAhXhsYsKHZorRBAsQFnoECBgQAQ&url=https%3A%2F%2Fvisualstudio.microsoft.com%2Fwp-content%2Fuploads%2F2017%2F01%2FVS2017_COMMUNITY_RC_RUS_Eula.1049-1.docx&usg=AOvVaw0tLx1QA4E2McNypfRn9tTo 18. Visual studio community 2019 (Бесплатное ПО); https://visualstudio.microsoft.com/ru/license-terms/mlt110718/ 19. Консультант плюс
3	Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также самостоятельной	<p>Преподавательский стол; столы обучающихся; стулья; классная доска; мультимедийный комплекс; ПК преподавателя; ПК обучающихся; наглядные пособия (плакаты)</p> <p><i>Место, оборудованное для лиц с ограниченными возможностями.</i></p> <p>Лицензионное программное обеспечение, подключенное к сети Интернет</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 7-Zip (Бесплатное ПО); 2. 10-Strike Network Inventory ПО РФ (ПО) 3. Ductor Academic ПО РФ (Бесплатное ПО); https://basegroup.ru/deductor/manual/licence-deductor-academic 4. Eset Endpoint security (Платное ПО) https://help.eset.com/eula/GIMP (Бесплатное ПО); https://docs.gimp.org/2.10/ru/ 5. microsoft office профессиональный плюс 2016 (ПО) https://www.microsoft.com/en-us/Useterms/Retail/Office/2016Professional/Useterms_Retail_Office_2016Professional_RUS.htm 6. Microsoft power Bi (Бесплатное ПО); https://powerbi.microsoft.com/ru-ru/windows-license-terms/ Microsoft Visual Studio (Бесплатное ПО); https://visualstudio.microsoft.com/ru/license-terms/mt171584/ 7. Notepad ++ (Бесплатное ПО); https://www.gnu.org/licenses/old-licenses/gpl-2.0.html 8. Zoom (Бесплатное ПО); https://explore.zoom.us/ru/terms/ 9. Anaconda3 2019 (Бесплатное ПО); 10. https://www.anaconda.com/eula-anaconda-individual-edition

	работы обучающихся		<p>Android studio (Бесплатное ПО); https://developer.android.com/studio/terms</p> <p>11. Brackets (Бесплатное ПО); https://github.com/brackets-cont/brackets/blob/master/LICENSE</p> <p>12. CodeBlocks (Бесплатное ПО); https://www.codeblocks.org/license/</p> <p>Firebird (Бесплатное ПО); https://firebirdsql.org/en/licensing/</p> <p>13. KNIME analytics platform (Бесплатное ПО); https://www.knime.com/downloads/full-license</p> <p>14. Loginom community РФ ПО (Бесплатное ПО); https://loginom.ru/legal</p> <p>15. Monogame SDK (Бесплатное ПО); https://github.com/MonoGame/MonoGame/blob/develop/LICENSE.txt</p> <p>Openproj (Бесплатное ПО); https://opensource.org/licenses/CPAL-1.0</p> <p>16. tableau 2019 (Бесплатное ПО); https://www.tableau.com/legal</p> <p>17. Visual studio community 2017 (Бесплатное ПО); https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwi-qZeRxv7zAhXhsYsKHZoRBAsQFnoECBgQAQ&url=https%3A%2F%2Fvisualstudio.microsoft.com%2Fwp-content%2Fuploads%2F2017%2F01%2FVS2017_COMMUNITY_RC_RUS_Eula.1049-1.docx&usg=AOvVaw0tLx1QA4E2McNypfRn9tTo</p> <p>18. Visual studio community 2019 (Бесплатное ПО); https://visualstudio.microsoft.com/ru/license-terms/mlt110718/</p> <p>19. Консультант плюс</p>
4	Библиотека с читальным залом	<p>Стол обучающегося, стулья, ПК обучающегося, принтер</p> <p>Электронная библиотечная система и библиотечное абонентное обслуживание (учебная литература на бумажных носителях)</p> <p>Лицензионное программное обеспечение, подключенное к сети Интернет</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 7-Zip (Бесплатное ПО); 2. microsoft office профессиональный плюс 2016 (ПО) https://www.microsoft.com/en-us/Userterms/Retail/Office/2016Professional/Userterms_Retail_Office_2016Professional_RUS.htm 3. Microsoft power Bi (Бесплатное ПО); https://powerbi.microsoft.com/ru-ru/windows-license-terms/microsoft-visual-studio (Бесплатное ПО); https://visualstudio.microsoft.com/ru/license-terms/mlt171584/ 4. Антиплагиат 5. Консультант плюс

9. Перечень информационных технологий

Образовательный процесс по дисциплине поддерживается средствами электронной информационно-образовательной среды Университета, которая обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочей программе, через личный кабинет студента и преподавателя;
- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения основной образовательной программы;
- проведение всех видов занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением дистанционных образовательных технологий;
- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение работ обучающегося, рецензий и оценок на эти работы со стороны любых участников образовательного процесса;
- взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети Интернет.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (ЭБС университета), содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы по основным изучаемым дисциплинам и сформированной на основании прямых договоров с правообладателями.

Программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. Adobe flash player 31;
2. Adobe reader 10;

3. Java 6.0;
4. K-Lite Codec Pack;
5. Win rar;
6. Microsoft Office 10;
7. Microsoft Visio 10;
8. Microsoft Visual studio.

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса <http://inion.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/> - библиографические базы данных ИНИОН РАН по социальным и гуманитарным наукам;
2. <http://www.scopus.com/> - реферативная база данных Scopus – международная универсальная реферативная база данных;
3. www.sostav.ru, База данных аналитических, исследовательских материалов по проблемам маркетинга и рекламы;
4. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> - крупнейший российский информационный портал электронных журналов и баз данных по всем отраслям наук.
5. <http://www.consultant.ru>, справочная правовая система «Консультант Плюс».

10. Методические указания для обучающихся

10.1. Преподавание дисциплины осуществляется в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования

Основными формами получения и закрепления знаний по данной дисциплине являются занятия лекционного и семинарского типа, самостоятельная работа обучающегося, в том числе под руководством преподавателя, прохождение рубежного контроля.

Основной объем часов по изучению дисциплины согласно учебным планам приходится на самостоятельную работу обучающихся. Самостоятельная работа включает в себя изучение учебной, учебно-методической и специальной литературы, её конспектирование, подготовку к занятиям семинарского типа, текущему контролю и промежуточной аттестации (зачету или (и) экзамену).

Текущий контроль успеваемости по учебной дисциплине и промежуточная аттестация осуществляются в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования: программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры.

Наличие в Университете электронной информационно-образовательной среды, а также электронных образовательных ресурсов позволяет осваивать курс инвалидам и лицам с ОВЗ.

10.2. Особенности освоения учебной дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья

Особенности освоения учебной дисциплины инвалидами и лицами с ОВЗ определены в Положении об организации обучения студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья, утвержденным приказом ректора.

Обучение инвалидов и лиц с ОВЗ может осуществляться индивидуально, а также с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Выбор методов и средств обучения, образовательных технологий и учебно-методического обеспечения реализации образовательной программы осуществляется Университетом самостоятельно, исходя из необходимости достижения обучающимися планируемых результатов освоения образовательной программы, а также с учетом индивидуальных возможностей обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ.

Форма проведения промежуточной аттестации для студентов-инвалидов и лиц с ОВЗ устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости инвалидам и лицам с ОВЗ предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

В группах, в состав которых входят студенты с ОВЗ, с целью реализации индивидуального подхода, а также принципа индивидуализации и дифференциации, рекомендуется использовать технологию нелинейной конструкции учебных занятий, предусматривающую одновременное сочетание фронтальных, групповых и индивидуальных форм работы с различными категориями студентов, в т.ч. имеющих ОВЗ.

В случае наличия обучающихся с нарушением функций опорно-двигательного аппарата, зрения и слуха, они обеспечиваются необходимым оборудованием, имеющимся в Университете, а также предоставляемым в рамках Соглашения с РУМЦ РГСУ от 14 ноября 2019 года.

11. Методические рекомендации преподавателю по организации учебного процесса по дисциплине

При изучении дисциплины рекомендуется использовать следующий набор средств и способов обучения:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- задания для подготовки к занятиям семинарского типа (вопросы для обсуждения, кейс задания, расчетные задачи и др.);
- задания для текущего контроля успеваемости (задания для самостоятельной работы обучающихся, тестовые задания в рамках электронной системы тестирования);
- вопросы и задания для подготовки к промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций.

При проведении занятий лекционного и семинарского типа, в том числе в форме вебинаров и on-line курсов необходимо строго придерживаться тематического плана дисциплины, приведенного в РПД. Необходимо уделить внимание рассмотрению вопросов и заданий, включенных в тестовые оценочные задания, при необходимости, решить аналогичные задачи с объяснением алгоритма решения.

Следует обратить внимание обучающихся на то, что для успешной подготовки к текущему контролю (выполнению ОЗ) и промежуточной аттестации (зачету или экзамену) недостаточно прочесть рабочий учебник, размещенный в личном кабинете. Нужно изучить материалы основной и дополнительной литературы, список которой приведен в РПД, законодательные и нормативные акты, а также материалы, рекомендованные в разделе «Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины».

Текущий контроль успеваемости по учебной дисциплине и промежуточная аттестация осуществляются в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования: программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры.

Программа разработана Елагиной А.С.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и принята на заседании кафедры от 28.08.2023 г., протокол №1.

Лист регистрации изменений и дополнений в рабочую учебную программу

Составителем внесены следующие изменения:

Содержание изменений	Номер протокола и дата заседания кафедры по утверждению изменений
1) Внесены изменения в состав рекомендуемой литературы дисциплины 2) Актуализированы профессиональные базы данных и информационно-справочные системы 3) Актуализировано материально-техническое обеспечение дисциплины 4) Актуализированы оценочные средства дисциплины	Протокол № 1 от «28» августа 2023 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПО ДИСЦИПЛИНЕ
ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ

Направление подготовки:
38.04.01 Экономика

Направленность (профиль)
Цифровой маркетинг

Уровень высшего образования: магистратура

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения учебной дисциплины
2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания
3. Типовые контрольные задания или иные материалы.
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по учебной дисциплине

1. Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения учебной дисциплины

1.1. Планируемые результаты освоения образовательной программы

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями (результатами освоения образовательной программы):

Код компетенции	Содержание компетенций
ПК-4	Способен разработать систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
ПК-5	Способен формировать, обосновать бюджет продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», контролировать реализацию его стратегии

1.2. Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Коды и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-4 Способен разработать систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПК-4.1 – планирует работы по продвижению проекта на каждом этапе реализации стратегии в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; ПК-4.2 – распределяет ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения
ПК-5 Способен формировать, обосновать бюджет продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», контролировать реализацию его стратегии	ПК-5.1 – оценивает финансовые возможности заказчика и рассчитывает экономический эффект от реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"; ПК-5.4 – контролирует реализацию бюджета продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, шкал оценивания, уровня сформированности компетенций

2.1. Текущий контроль успеваемости по учебной дисциплине и промежуточная аттестация осуществляются в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования: программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры.

2.2. В семестре степень освоения компетенций оценивается по 100-балльной шкале в форме тестирования два раза в семестр. В зачетно-экзаменационный период баллы приводятся к среднеарифметическому значению и переводятся в традиционную четырёхбалльную систему. Данная оценка может повлиять на итоговую.

Этапы формирования компетенций и критериев оценивания компетенций на различных этапах формирования:

Коды и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Уровень выраженности и критерии оценивания	Этапы формирования
ПК-4 Способен разработать систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в информационно-	ПК-4.1 – планирует работы по продвижению проекта на каждом этапе реализации стратегии в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;	Высокий: Демонстрирует глубокие знания системы показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Уверенно осуществляет распределение ресурсов для каждого этапа продвижения проекта в сети	Первый этап: Проведение текущего контроля успеваемости по дисциплине Второй этап: Проведение

<p>телекоммуникационной сети «Интернет»</p>		<p>Интернет Средний: Демонстрирует достаточные знания системы показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Недостаточно уверенно осуществляет распределение ресурсов для каждого этапа продвижения проекта в сети Интернет. Низкий (пороговый): Знания системы показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» поверхностные и фрагментарные. Осуществляет распределение ресурсов для каждого этапа продвижения проекта в сети Интернет, но неуверенно.</p>	<p>промежуточной аттестации по учебной дисциплине.</p>
	<p>ПК-4.2 – распределяет ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения</p>	<p>Высокий: Демонстрирует глубокие знания основ бюджетирования маркетинговой деятельности; инструментов интернет-маркетинга. Способен проводить стратегическое планирование интернет-кампаний, прогнозировать результаты реализации маркетинговой программы. Средний: Демонстрирует достаточные знания основ бюджетирования маркетинговой деятельности; инструментов интернет-маркетинга. Способен проводить стратегическое планирование интернет-кампаний, прогнозировать результаты реализации маркетинговой программы, но недостаточно уверенно. Низкий (пороговый): Демонстрирует поверхностные и фрагментарные знания основ бюджетирования маркетинговой деятельности; инструментов интернет-маркетинга. Способен проводить стратегическое планирование интернет-кампаний, прогнозировать результаты реализации маркетинговой программы, но неуверенно.</p>	<p>Первый этап: Проведение текущего контроля успеваемости по дисциплине Второй этап: Проведение промежуточной аттестации по учебной дисциплине.</p>
<p>ПК-5 Способен формировать, обосновать бюджет продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», контролировать реализацию его стратегии</p>	<p>ПК-5.1 – оценивает финансовые возможности заказчика и рассчитывает экономический эффект от реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>Высокий: Демонстрирует глубокие знания принципов формирования бюджета продвижения проекта. Может оценить финансовые возможности заказчика и вычислить экономический эффект от реализации стратегии продвижения в сети Интернет с учетом этих возможностей. Средний: Демонстрирует достаточные знания принципов формирования бюджета продвижения проекта. Может, но не в полной мере, оценить финансовые возможности заказчика и вычислить экономический эффект от реализации стратегии продвижения в сети Интернет с учетом этих</p>	<p>Первый этап: Проведение текущего контроля успеваемости по дисциплине Второй этап: Проведение промежуточной аттестации по учебной дисциплине.</p>

		<p>возможностей.</p> <p>Низкий (пороговый): Знания принципов формирования бюджета продвижения проекта поверхностные и фрагментарные. Может, но с затруднением, оценить финансовые возможности заказчика и вычислить экономический эффект от реализации стратегии продвижения в сети Интернет с учетом этих возможностей.</p>	
	ПК-5.4 – контролирует реализацию бюджета продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	<p>Высокий: Демонстрирует глубокие знания основных методов разработки бюджета продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Может уверенно планировать расходы на продвижение проекта с использованием системы показателей эффективности, обосновывать необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения.</p> <p>Средний: Демонстрирует достаточные знания основных методов разработки бюджета продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Может планировать расходы на продвижение проекта с использованием системы показателей эффективности, обосновывать необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения, но недостаточно уверенно.</p> <p>Низкий (пороговый): Демонстрирует поверхностные и фрагментарные знания основных методов разработки бюджета продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Может планировать расходы на продвижение проекта с использованием системы показателей эффективности, обосновывать необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения, но неуверенно.</p>	<p>Первый этап: Проведение текущего контроля успеваемости по дисциплине</p> <p>Второй этап: Проведение промежуточной аттестации по учебной дисциплине.</p>

В ходе текущего контроля успеваемости при ответах на семинарских и практических занятиях, промежуточной аттестации в форме экзамена (зачет с оценкой) обучающиеся оцениваются по четырёхбалльной шкале оценивания: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»:

Шкала оценки	Описание
оценка «отлично»	выставляется обучающимся, показавшим всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивших основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой. Оценка «отлично» вы-

	ставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.
оценка «хорошо»	выставляется обучающимся, показавшим полное знание учебно-программного материала, успешно выполняющим предусмотренные в программе задания, усвоившим основную литературу, рекомендованную в программе. Оценка «хорошо» выставляется студентам, продемонстрировавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.
оценка «удовлетворительно»	выставляется обучающимся, показавшим знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справившимся с выполнением заданий, предусмотренных программой, ориентирующимся в основной литературе, рекомендованной программой. Оценка «удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.
оценка «неудовлетворительно»	выставляется обучающимся, имеющим пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившим принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

В ходе промежуточной аттестации в форме зачёта обучающиеся оцениваются «зачтено» или «не зачтено»:

Шкала оценки	Описание
оценка «зачтено»	выставляется обучающимся, показавшим знания основного учебно-программного материала, справившимся с выполнением заданий, предусмотренных программой, ориентирующимся в основной и дополнительной литературе, рекомендованной программой
оценка «не зачтено»	выставляется обучающимся, имеющим пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившим принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по учебной дисциплине.

3.1. Примерные варианты оценочных заданий (ОЗ) для контрольного рубежа в рамках текущего контроля

Задание	Оцениваемая компетенция
1) Что такое SEO?	ПК-4

<ul style="list-style-type: none"> а) название должности одного из TOP менеджеров б) реклама в интернете с оплатой за клик в) канал маркетинга и способ продажи товаров и услуг 	
<p>2) Как измерить PageRank страницы сайта?</p> <ul style="list-style-type: none"> а) с помощью расширения для браузера RDS Bar б) с помощью сервиса проверки уникальности контента в) никак 	ПК-4
<p>3) Для чего нужен файл sitemap.xml?</p> <ul style="list-style-type: none"> а) в этот файл добавляют координаты для Google Maps б) карта сайта со списком страниц, которые должны быть добавлены в индекс поисковых систем в) карта сайта для удобства навигации пользователей 	ПК-4
<p>4) Что такое Keyword?</p> <ul style="list-style-type: none"> а) специальные хэштеги для поиска секретных постов в Instagram б) шаблонные фразы, с помощью которых пользователи ищут товары и услуги в интернете в) пароль для входа в админпанель сайта 	ПК-4
<p>5) Как расшифровывается аббревиатура SEO, часто используемая в интернет-маркетинге?</p> <ul style="list-style-type: none"> а) Search Engine Optimization б) Special Equipment Option в) Software Engineering Organization г) Security Engineering Officer д) Special Equipment Operator 	ПК-5
<p>6) Что предполагает позиция SMM-специалиста?</p> <ul style="list-style-type: none"> а) оптимизация сайтов для поисковых систем б) продвижение страниц и бизнесов в социальных сетях в) копирайтинг и дизайн для постов бизнесовых аккаунтов 	ПК-5
<p>7) Что важно для SEO в условиях Mobile First Index?</p> <ul style="list-style-type: none"> а) наличие мобильного приложения дополняющего сайт, наличие адаптивного дизайна, высокая скорость загрузки сайта б) наличие адаптивного дизайна или мобильной версии сайта, высокая скорость загрузки сайта в) наличие PWA-версии сайта, наличие адаптивного дизайна, высокая скорость загрузки сайта 	ПК-4
<p>8) Как оценить то, насколько контент интересен аудитории?</p> <ul style="list-style-type: none"> а) считать количество подписчиков и их колебание после каждого поста б) писать пользователям в Директ и спрашивать напрямую в) отслеживать ER (Engagement Rate) и анализировать этот коэффициент 	ПК-5
<p>9) Для чего нужен файл robots.txt?</p> <ul style="list-style-type: none"> а) в этот файл добавляют ссылки для индексации в поисковых системах б) для управления поисковыми ботами и настройки запрета/разрешения сканирования страниц сайта в) для управления поисковыми ботами и настройки запрета/разрешения индексации страниц сайта 	ПК-5

<p>10) Какие поисковые системы из приведенных ниже существуют?</p> <p>а) Google б) Duckduckgo в) Ask Me г) Bing д) все варианты верны</p>	ПК-4
<p>11) Что такое список "минус" слов?</p> <p>а) список нецензурных слов, которые нельзя использовать в рекламе б) список зарегистрированных торговых марок, которые нельзя использовать в рекламе в) список слов, при упоминании которых в запросе ваше объявление не будет показываться пользователю</p>	ПК-5
<p>12) Для чего нужен тег <title>?</p> <p>а) специальный тег для разметки текстового заголовка статьи на странице сайта б) специальный тег для разметки заголовка страницы, который отображается в результате поиска Google в) специальный тег для разметки описания страницы сайта, который отображается в результате поиска Google</p>	ПК-4
<p>13) Какой стратегии назначения ставок не существует в рекламном кабинете Google Ads ?</p> <p>а) максимум кликов б) максимум конверсий в) максимум показов г) назначение цены за клик вручную</p>	ПК-4
<p>14) Какого уровня не существует в рекламном кабинете Google Ads?</p> <p>а) уровень Кампании б) уровень Группы объявлений в) уровень Объявления г) уровень Ключевые слова</p>	ПК-5
<p>15) Что такое "целевая аудитория"?</p> <p>а) люди, которые занимаются бизнесом, подобным вашему б) пользователи, которые с наибольшей вероятностью заинтересуются в покупке нашего товара/услуги в) пользователи, которые лайкают наши посты</p>	ПК-4
<p>16) Что такое мета-тег "description"?</p> <p>а) мета-тег для разметки текстового описания статьи на странице сайта б) мета-тег для разметки описания страницы, который отображается в результате поиска Google в) мета-тег для разметки заголовка страницы сайта, который отображается в результате поиска Google</p>	ПК-5

3.2 Вопросы для устного опроса.

Вопросы по теме 1.

1. Назовите основные черты модели Маркетинг-микс.
2. Дайте определение понятию позиционирование в маркетинге в целом, и назовите отличительные черты позиционирования в интернет-маркетинге.

3. Дайте определение понятию Интернет-маркетинг.
4. Назовите критерии особенностей интернет - аудитории.
5. Назовите особенности российской интернет - аудитории.
6. Назовите и раскройте основные методы анализа продукта в интернет - маркетинге.
7. Назовите и раскройте основные методы анализа целевой аудитории в интернет - маркетинге.
8. Определите объекты и субъекты маркетинговой деятельности на электронном рынке.
9. Назовите и раскройте основные методы анализа конкурентов в интернет - маркетинге.
10. Назовите и раскройте основные методы продвижения в Интернете.

Вопросы по теме 3

1. Дайте определение понятию поискового продвижения.
2. Раскройте принципы работы поискового продвижения.
3. Дайте определение понятию контекстной рекламы.
4. Раскройте преимущества контекстной рекламы.
5. Дайте определение понятию партнерской программы.
6. Раскройте особенности партнерства в интернет - маркетинге.
7. Дайте определение понятию баннерная реклама в интернете.
8. Дайте определение понятию тизерная реклама в интернете.
9. Назовите основные модели поиска.
10. Раскройте особенности контент - анализа.
11. Назовите и обоснуйте критерии эффективности контекстной рекламы.
12. Раскройте особенности аудитории социальных сетей.
13. Раскройте принципы сегментирования базы подписчиков.
14. Раскройте принципы управления базой подписчиков

3.3. Вопросы для подготовки к промежуточной аттестации (к экзамену)

1. Модель маркетинг-микс.
2. Анализ продукта и целевой аудитории.
3. Анализ конкурентов.
4. Позиционирование.
5. Интернет-маркетинг.
6. Особенности интернет-аудитории в России.
7. Продвижение в Интернете.
8. Понятие веб-аналитика.
9. Известные системы веб-аналитики.
10. Отслеживание звонков с сайта.
11. Сбор статистики онлайн и офлайн
12. Оценка эффективности продвижения.
13. Понятие Юзабилити.
14. Чек-лист Якоба Нильсена.
15. Оценка юзабилити с помощью систем веб-аналитики.
16. Поисковое продвижение.
17. Контекстная реклама.
18. Социальные сети.
19. Партнерские программы.
20. Баннерная и тизерная реклама.
21. E-mail-маркетинг.
22. Стратегия продвижения.
23. Комплексное продвижение.
24. Особенности построения стратегии продвижения методами интернет-маркетинга.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по учебной дисциплине.

Процедура оценивания результатов обучения по учебной дисциплине осуществляется на основе Положения о текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся, утвержденного приказом ректора.

4.1 Первый этап: Проведение текущего контроля успеваемости по дисциплине

Проведение текущего контроля успеваемости по дисциплине осуществляется в ходе контактной работы с преподавателем в рамках аудиторных занятий и в ходе самостоятельной работы студента.

Текущий контроль в ходе контактной работы осуществляется по следующим видам:

1) Вид контроля: проверка сформированности компетенций в ходе самостоятельной работы обучающихся; текущий опрос, проводимый во время аудиторных (семинарских/практических/лабораторных) занятий; оценивание подготовленных докладов, сообщений, презентаций, домашних заданий.

Порядок проведения: в ходе подготовки к занятиям оценивается выполнение задания, рекомендованного к самостоятельной работе обучающихся, путем выборочной проверки.

Фиксируются результаты работы студентов в ходе проведения семинарских и практических занятий (активность, полнота ответов, способность поддерживать дискуссию, профессиональный язык и др.).

В ходе отдельных занятий обеспечивается проведение письменных опросов по тематике прошедших занятий. В ходе выполнения заданий обучающийся должен в меру имеющихся знаний, умений, навыков, сформированности компетенции дать развернутые ответы на поставленные в задании открытые вопросы и ответить на вопросы закрытого типа в установленное преподавателем время. Продолжительность проведения процедуры определяется преподавателем самостоятельно, исходя из сложности индивидуальных заданий, количества вопросов, объема оцениваемого учебного материала.

Задания по подготовке докладов, сообщений, презентаций, домашних заданий выдаются заранее при подготовке к семинарским и практическим занятиям; подготовленные работы оцениваются с фиксацией в журнале учета посещаемости и успеваемости обучающихся.

2) Вид контроля: Контроль с использованием тестовых оценочных заданий по итогам освоения тем дисциплины (текущий (рубежный) контроль).

Порядок проведения: До начала проведения процедуры преподавателем подготавливаются необходимые оценочные материалы для оценки знаний, умений, навыков.

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующих сформированность компетенций, осуществляется с помощью оценочных заданий (ОЗ), сформированных в соответствии с Требованиями по подготовке тестовых оценочных заданий.

Внеаудиторная контактная работа преподавателя с обучающимся осуществляется в ходе выполнения рейтинговой работы и контроля со стороны преподавателя за самостоятельной работой студента.

3) Вид контроля: Подготовка курсовой работы (при наличии в учебном плане).

Технология проведения: За каждым обучающимся, принимающим участие в процедуре, преподавателем закрепляется тема курсовой работы. После получения задания и в процессе его подготовки обучающийся должен в меру имеющихся знаний, умений, навыков, сформированности компетенции дать развернутое раскрытие темы, выполнить расчетное или иное задание.

4.2 Второй этап: Проведение промежуточной аттестации по учебной дисциплине.

В соответствии с учебным планом по учебной дисциплине предусмотрена подготовка и сдача зачета.

Порядок проведения промежуточной аттестации регламентируется Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации, утвержденным приказом ректора Университета.