

«ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ»

Б1.В.ОД.3

Дисциплина «Интернет-маркетинг» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» квалификации бакалавр, входит в вариативную часть обязательных дисциплин блока 1.

1. Цели и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Интернет-маркетинг» является формирование у будущих специалистов системы практических решений в области маркетинга в сети Интернет в рамках осуществления коммуникационной деятельности компании.

Основными задачами дисциплины являются:

- получение знаний по информированию покупателей, продвижению и продаже товаров и услуг через Интернет.
- изучение инструментов продвижения компании в Интернет.
- получение студентами практических навыков самостоятельной работы в профессиональном интерфейсе системы размещения контекстной рекламы и в системе создания веб-сайтов.

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Интернет - маркетинг» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» входит в вариативную часть блока 1 «Дисциплины (модули)».

В основу курса «Интернет - маркетинга» положены теоретические и практические разработки российских и зарубежных исследователей в области маркетинга, интернет-коммуникаций, материалы исследований в области продвижения продукта и применения интернет-технологий, материалы отечественной и зарубежной периодической печати.

Последовательность изучаемых тем определена логикой формирования навыков ведения маркетинговой деятельности в современной бизнес-среде.

Базовой основой для изучения курса являются дисциплины, освоенные студентами на ранних курсах такие как: «Основы маркетинга», «Компьютерные технологии и информатика», «Стратегии и технологии коммуникации».

Освоение данной дисциплины взаимосвязано с такими дисциплинами как «Мультимедийные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью».

Указанные связи дисциплины «Интернет-маркетинг» дают обучающимся системное представление о комплексе изучаемых дисциплин, что обеспечивает соответствующий теоретический уровень в системе обучения. Для са-

мостоятельной работы над изучением курса обучающимися представлены вопросы для самоконтроля знаний. Контроль предусматривает сдачу экзамена.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Интернет-маркетинг», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программы по данному направлению подготовки:

ОПК-6 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

ПК-9 способность проводить маркетинговые исследования.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

• **Знать:** способы сбора и обработки онлайн-информации; современное программное обеспечение, предназначенное для создания или обработки данных маркетинговых исследований.

• **Уметь:** самостоятельно обрабатывать результаты проведения маркетинговых исследований в интернете; решать стандартные задачи профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

• **Владеть:** реализацией статических и динамических процессов с использованием онлайн-технологий; способами создания сложных мультимедийных продуктов и проведением маркетинговых исследований в интернете.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.