

Б1.В.11 Интернет-маркетинг

Объем дисциплины (модуля) 6 ЗЕТ (216 час)

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель изучения дисциплины – формирование готовности обучающихся к проведению социологических и маркетинговых исследований в информационно-коммуникационной сети «Интернет», подбору каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», формирование системы показателей эффективности продвижения.
Задачи изучения дисциплины: формирование знаний в области организации и проведения исследований в информационно-коммуникационной сети «Интернет», умений использовать методы планирования и прогнозирования продвижения, навыков подбора каналов продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет», автоматизации процессов с использованием современных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

ПК-2.1: Способен планировать и проектировать фундаментальное и прикладное социологическое и маркетинговое исследование, разработать его дизайн и методическую стратегию с учетом специфики исследования рынков, в т.ч. в сети «Интернет»

ПК-2.1.5: Осуществляет маркетинговое исследование в информационно-коммуникационной сети «Интернет»

ПК-2.3: Способен разработать стратегию продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» и управлять стратегией интернет-продвижения

ПК-2.3.3: Разрабатывает предложения по корректировке стратегии продвижения на основе анализа ее эффективности

ПК-2.3.2: Анализирует трафик на веб-сайт

ПК-2.3.1: Подбирает каналы и формирует систему показателей эффективности продвижения в сети «Интернет»

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Знать: этапы разработки и проведения социологических и маркетинговых исследований в информационно-коммуникационной сети «Интернет», инструменты разработки стратегии продвижения в сети

Уметь: осуществлять социологические и маркетинговые исследования в информационно-коммуникационной сети «Интернет»; разрабатывать стратегию продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» и управлять ею; подбирать каналы и формировать систему показателей эффективности продвижения в сети «Интернет»

Владеть: навыками подбора каналов и формирования системы показателей эффективности продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет», анализа трафика на веб-сайт, разработки предложений по корректировке стратегии продвижения на основе анализа ее эффективности

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Раздел 1. Социологические и маркетинговые исследования в информационно-коммуникационной сети «Интернет»

Раздел 2. Стратегия продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет»

Раздел 3. Каналы продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет»

Раздел 4. Корректировка стратегии продвижения