

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
"САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 82

УТВЕРЖДАЮ

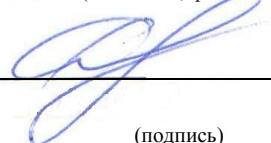
Руководитель направления

проф., д.т.н., доц.

(должность, уч. степень, звание)

С.В. Мичурин

(инициалы, фамилия)



(подпись)

«23» ____ июня ____ 2022г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Интернет-маркетинг»
(Наименование дисциплины)

Код направления подготовки/ специальности	09.03.02
Наименование направления подготовки/ специальности	Информационные системы и технологии
Наименование направленности	Информационные технологии в медиаиндустрии
Форма обучения	очная

Санкт-Петербург– 2022__

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

доцент, к.э.н., доцент
(должность, уч. степень, звание)


(подпись, дата)

15.06.2022

Л.В. Рудакова
(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 82

« 16 » 06 2022 г, протокол № 11

Заведующий кафедрой № 82

д.э.н., доц.
(уч. степень, звание)

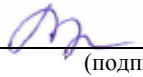

(подпись, дата)

16.06.2022

А.С. Будагов
(инициалы, фамилия)

Ответственный за ОП ВО 09.03.02(04)

(должность, уч. степень, звание)


(подпись, дата)

16.06.2022

В.А. Миклуш
(инициалы, фамилия)

Заместитель директора института №4 по методической работе

доц., к.т.н., доц.
(должность, уч. степень, звание)


(подпись, дата)

16.06.2022

А.А. Ключарев
(инициалы, фамилия)

Аннотация

Дисциплина «Интернет-маркетинг» входит в образовательную программу высшего образования – программу бакалавриата по направлению подготовки/ специальности 09.03.02 «Информационные системы и технологии » направленности «Информационные технологии в медиаиндустрии». Дисциплина реализуется кафедрой «№82».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

ПК-5 «Способен разрабатывать техническую документацию на продукцию в сфере информационных технологий, управления технической информацией»

ПК-7 «Способен выполнять работы по созданию, редактированию информационных ресурсов и управлению информационными ресурсами»

ПК-8 «Способен разрабатывать и реализовывать стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет»

ПК-9 «Способен проводить аналитическое исследование с применением технологий больших данных, базирующихся в том числе на методах искусственного интеллекта»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием знаний об особенностях маркетинговой деятельности в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, с особенностями разработки технической документации на продукцию в сфере информационных технологий, с пониманием работы по созданию, редактированию информационных ресурсов и управлению информационными ресурсами, с приобретением практических навыков по разработке и реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет и проведением аналитических исследований с применением технологий больших данных, базирующихся в том числе на методах искусственного интеллекта.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, лабораторные работы, самостоятельная работа обучающегося.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

Язык обучения по дисциплине «русский»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины связаны с формированием знаний об особенностях маркетинговой деятельности в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, с особенностями разработки технической документации на продукцию в сфере информационных технологий, с пониманием работы по созданию, редактированию информационных ресурсов и управлению информационными ресурсами, с приобретением практических навыков по разработке и реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет и проведением аналитических исследований с применением технологий больших данных, базирующихся в том числе на методах искусственного интеллекта.

1.2. Дисциплина входит в состав части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональные компетенции	ПК-5 Способен разрабатывать техническую документацию на продукцию в сфере информационных технологий, управления технической информацией	ПК-5.3.5 знать основы маркетинга, основные характеристики аудитории ПК-5.В.2 владеть навыками изучения целевой аудитории документа, выяснение ее задач, потребностей в информации, уровня подготовки; изучения документируемой продукции с точки зрения всех целевых аудиторий и с учетом их информационных потребностей
Профессиональные компетенции	ПК-7 Способен выполнять работы по созданию, редактированию информационных ресурсов и управлению информационными ресурсами	ПК-7.3.1 знать принципы и механизмы работы поисковых систем; основные понятия и методы поисковой оптимизации ПК-7.3.2 знать содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента; принципы работы CMS ПК-7.3.3 знать ключевые параметры веб-статистики; сервисы для сбора веб-статистики ПК-7.У.1 уметь работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами; оценивать актуальность материалов на сайте и определять необходимости их обновления ПК-7.У.2 уметь эффективно работать с системой управления контентом (CMS); пользоваться популярными сервисами для оценки посещаемости и характеристик аудитории сайта; пользоваться функциями

		<p>CMS и социальных сетей для оценки посещаемости</p> <p>ПК-7.В.1 владеть навыками работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами</p>
<p>Профессиональные компетенции</p>	<p>ПК-8 Способен разрабатывать и реализовывать стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет</p>	<p>ПК-8.3.1 знать критерии и признаки соответствия веб-сайта текущим требованиям поисковых алгоритмов поисковых машин; особенности оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов</p> <p>ПК-8.3.2 знать психологию цвета; основные поведенческие факторы пользователей и их влияние на показатели эффективности продвижения веб-сайта; методы, программы и сервисы исследования спроса в сети Интернет</p> <p>ПК-8.3.3 знать особенности функционирования современных медийных площадок; особенности функционирования современных веб-аналитических систем</p> <p>ПК-8.У.1 уметь проводить анализ поведения посетителей веб-сайта; составлять систему показателей эффективности продвижения</p> <p>ПК-8.У.2 уметь использовать методы, программы и сервисы анализа поведения посетителей веб-сайта; использовать инструменты исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети Интернет; устанавливать коды счетчиков веб-аналитики на веб-сайт</p> <p>ПК-8.В.1 владеть навыками проведения исследований веб-сайтов конкурентов</p> <p>ПК-8.В.3 владеть навыками использования инструментов исследования спроса в сети Интернет</p>
<p>Профессиональные компетенции</p>	<p>ПК-9 Способен проводить аналитическое исследование с применением технологий больших данных, базирующихся в том числе на методах искусственного интеллекта</p>	<p>ПК-9.3.3 знать методы интеллектуального анализа данных</p>

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина может базироваться на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- «Компьютерная графика»,
- «Web-технологии»,
- «Мультимедиа технологии».

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и могут использоваться при изучении других дисциплин:

- «Электронный бизнес».

3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№8
1	2	3
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)	2/ 72	2/ 72
Из них часов практической подготовки	10	10
Аудиторные занятия, всего час.	20	20
в том числе:		
лекции (Л), (час)	10	10
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)		
лабораторные работы (ЛР), (час)	10	10
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
экзамен, (час)		
Самостоятельная работа, всего (час)	52	52
Вид промежуточной аттестации: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.**)	Зачет	Зачет

Примечание: ** кандидатский экзамен

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий.

Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Семестр 8					
Раздел 1. Особенности работы по созданию, редактированию информационных ресурсов и управлению информационными ресурсами					
Тема 1.1. Маркетинговые исследования в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	2		2		8
Тема 1.2 Методы интеллектуального анализа данных	2				10

Тема 1.3 Организация маркетинговых коммуникаций в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	2		2		8
Раздел 2. Стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет			2		10
Тема 2.1 Социальные сети			2		8
Тема 2.2 Особенности создание интернет-рекламы	2		2		8
Тема 2.3 Продвижение и аналитика в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	2		2		8
Итого в семестре:	10		10		52
Итого	10	0	10	0	52

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
1	<p>1. Особенности работы по созданию, редактированию информационных ресурсов и управлению информационными ресурсами</p> <p>1.1 Коммуникационное взаимодействие в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Введение. Функционирование Интернета в современном обществе. Коммуникационное взаимодействие в Интернет-среде. Основные элементы Интернет - маркетинга. Этика маркетинга в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Теория и практика проведения маркетинговых исследований в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Выявление целевой аудитории и характеристик потребителей. Мониторинг информационного поля конкурентов. Документация (бриф). CMS</p> <p>1.2 Методы интеллектуального анализа данных Большие данные. Методы искусственного интеллекта. Аналитическое исследование с применением технологий больших данных, базирующихся в том числе на методах искусственного интеллекта</p> <p>.1.3 Организация маркетинговых коммуникаций в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Виды маркетинговых коммуникаций применяемых в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Виды интернет-рекламы. Веб-сайт: виды, коммуникационные функции, структура, требования. Интернет-блоги и форумы, особенность работы. Электронные подписки.</p>

2	<p>2 Стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.</p> <p>2.1 Социальные сети. Социальные сети виды, особенности, рекламно-коммуникационные возможности. Выбор площадки для продвижения рекламного продукта в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Практика планирования медийной кампании в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.</p> <p>2.2 Особенности создание интернет-рекламы. Проектирование и разработка рекламных материалов. Веб-райтинг. Формирование медийных рекламных материалов. Информационные технологии, используемые в интернет-маркетинге. Графический дизайн. Администрирование веб-сайта. Веб-аналитика.</p> <p>2.3 Продвижение и аналитика в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Подбор площадок для размещения медийных рекламных материалов. Подготовка медийного контента. Медиа - планирование. Специфика размещение медийной рекламы. Аналитика и отчетность по реализации медийной стратегии в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.</p>
---	--

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено					
Всего					

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 8				
1	Анализ деятельности предприятия при помощи информационных технологий	2	2	1
2	Эффективный поиск информации в Интернет	2	2	1

3	Организация процессов в интернет пространстве	2	2	2
4	Создание веб-сайта при помощи информационных технологий	2	2	2
5	SMM стратегия	2	2	2
Всего		10	10	

4.5. Курсовое проектирование/ выполнение курсовой работы
Учебным планом не предусмотрено

4.6. Самостоятельная работа обучающихся

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 8, час
1	2	3
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	46	46
Курсовое проектирование (КП, КР)	-	-
Расчетно-графические задания (РГЗ)	-	-
Выполнение реферата (Р)	-	--
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	2	2
Домашнее задание (ДЗ)	-	-
Контрольные работы заочников (КРЗ)	-	-
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	4	4
Всего:	52	52

5. Перечень учебно-методического обеспечения
для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. 7-11.

6. Перечень печатных и электронных учебных изданий

Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.

Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
https://znaniu.m.com/catalog/product/109	Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 352 с.	

1183		
https://znanium.com/catalog/product/1831728	Цифровые маркетинговые коммуникации: введение в профессию: учебник для вузов / под ред. Г. Л. Азоева. - Санкт-Петербург: Питер, 2021. - 336 с.	
https://znanium.com/catalog/product/1053378	Смолина, В.А. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях: практ. пособие / В.А. Смолина. - Москва: Инфра-Инженерия, 2019. - 252 с.	
http://lib.aanet.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=418	Ястребов А.П., Рудакова Л.В. Интернет – маркетинг / Ястребов А.П. – СПб: РИЦ ГУАП, 2021. – 123 с.	
https://znanium.com/catalog/product/1783949	Румянцев, Д. Продвижение бизнеса в ВКонтакте. Системный подход: практическое руководство / Д. Румянцев. - Санкт-Петербург: Питер, 2019. - 336 с.	
file:///C:/Users/Acer/Downloads/Rudakov.a.pdf	Рудакова, Л.В. Производство рекламной продукции / Л.В. Рудакова. – СПб: РИЦ ГУАП, 2020. –131 с.	
https://znanium.com/catalog/product/165983	Цифровой бизнес: учебник / под науч. ред. О.В. Китовой. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 418 с.	
https://znanium.com/catalog/product/1244177	Управление бизнесом в цифровой экономике: вызовы и решения: монография / под ред. И. А. Аренкова, Т. А. Лезиной, М. К. Ценжарик, Е. Г. Черновой. - Санкт-Петербург: СПбГУ, 2019. - 360 с.	
http://lib.aanet.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=418	Основы интернет-рекламы: учебное пособие / М. М. Лачугина, У. С. Опалева; С.-Петерб. гос. ун-т аэрокосм. приборостроения. - Санкт-Петербург: Изд-во ГУАП, 2019. - 65 с.	

mid=418		
http://lib.aanet.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=418	Электронный бизнес (бизнес-портал): [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / Н. В. Богословская, А. В. Бржезовский; С.-Петерб. гос. ун-т аэрокосм. приборостроения. - Электрон. текстовые дан. - Санкт-Петербург: Изд-во ГУАП, 2020. - 91 с.	

7. Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

URL адрес	Наименование
http://www.akarussia.ru/knowledge/industrial_standarts	«Особенности маркетинговых коммуникаций в Интернете с позиции норм деловой этики. Позиция Ассоциации Коммуникационных Агентств России (АКАР) и Ассоциации интерактивных агентств (АИА)
http://www.akarussia.ru/	Официальный сайт АКАР
/www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/	Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (в ред.2019 г.)

8. Перечень информационных технологий

8.1. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10– Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
1	Microsoft Windows 7 110-7 от 28.02.2019
2	Microsoft Office Standard 1031-3 от 31.07.2018

8.2. Перечень информационно-справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
1	КонсультантПлюс
2	ЭБС ZNANIUM

3	Гарант
---	--------

9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Учебная аудитории для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин (модулей).	
2	Учебная аудитории для проведения лабораторных занятий и занятий практического типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации	
3	Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации	Читальный зал библиотеки; 21-17-кабинет курсового и дипломного проектирования
4	Учебная аудитории для проведения промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации	

10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1. Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Зачет	Список вопросов

10.2. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 – Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	

Оценка компетенции	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	
«отлично» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; – умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; – делает выводы и обобщения; – свободно владеет системой специализированных понятий.
«хорошо» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; – не допускает существенных неточностей; – увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; – аргументирует научные положения; – делает выводы и обобщения; – владеет системой специализированных понятий.
«удовлетворительно» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; – допускает несущественные ошибки и неточности; – испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; – слабо аргументирует научные положения; – затрудняется в формулировании выводов и обобщений; – частично владеет системой специализированных понятий.
«неудовлетворительно» «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся не усвоил значительной части программного материала; – допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; – испытывает трудности в практическом применении знаний; – не может аргументировать научные положения; – не формулирует выводов и обобщений.

10.3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена	Код индикатора
	Учебным планом не предусмотрено	

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета	Код индикатора
1.	Основы маркетинга	ПК-5.3.5
2.	Основные характеристики аудитории	ПК-5.3.5
3.	Изучить целевую аудиторию документа, выяснение ее задач, потребностей в информации, уровня подготовки;	ПК-5.В.2
4.	Изучить документируемой продукции с точки зрения всех целевых аудиторий и с учетом их информационных потребностей	ПК-5.В.2

5.	Принципы и механизмы работы поисковых систем	ПК-7.3.1
6.	Содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента	ПК-7.3.2
7.	Принципы работы CMS	ПК-7.3.2
8.	Ключевые параметры веб-статистики	ПК-7.3.3
9.	Сервисы для сбора веб-статистики	ПК-7.3.3
10.	Основные процессы и методы разработки веб-сайтов	ПК-7.3.3
11.	Основные понятия и методы поисковой оптимизации	ПК-7.3.3
12.	Уметь работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами	ПК-7.У.1
13.	Оценить актуальность материалов на сайте и определить необходимости их обновления	ПК-7.У.1
14.	Показать принципы эффективной работы с системой управления контентом (CMS)	ПК-7.У.2
15.	Использовать популярными сервисами для оценки посещаемости и характеристик аудитории сайта	ПК-7.У.2
16.	Показать функции CMS и социальных сетей для оценки посещаемости	ПК-7.У.2
17.	Сформулировать требования к структуре и сервисам веб-сайта	ПК-7.У.2
18.	Смоделировать (описывать) бизнес-процессы; тестировать функциональность сайта	ПК-7.У.2
19.	Разработать веб-сайт	ПК-7.В.1
20.	Работать с большими объемами информации; работать с системой управления контентом (CMS)	ПК-7.В.1
21.	Моделировать работу с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами	ПК-7.В.1
22.	Критерии и признаки соответствия веб-сайта текущим требованиям поисковых алгоритмов поисковых машин	ПК-8.3.1
23.	Особенности оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин	ПК-8.3.1
24.	Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов; психологию цвета	ПК-8.3.1
25.	Особенности функционирования современных медийных площадок	ПК-8.3.1
26.	Методы, программы и сервисы исследования спроса в сети Интернет	ПК-8.3.2
27.	Основные поведенческие факторы пользователей и их влияние на показатели эффективности продвижения веб-сайта	ПК-8.3.2
28.	Особенности функционирования современных веб-аналитических систем	ПК-8.3.3
29.	Проанализировать методы, программы и сервисы анализа поведения посетителей веб-сайта	ПК-8.У.1
30.	Исследовать спрос в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	ПК-8.У.1
31.	Показать работу элементов системы показателей эффективности продвижения, коды счетчиков веб-аналитики на веб-сайт	ПК-8.У.2
32.	Алгоритм проведения исследований веб-сайтов	ПК-8.В.1

	конкурентов; формирования основных тегов (заголовки страницы, ключевые слова и словосочетания страницы, описание страницы)	
33.	Владеть навыками формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта	ПК-8.В.1
34.	Использования инструментов исследования спроса в сети Интернет	ПК-8.В.3
35.	Методы интеллектуального анализа данных	ПК-9.3.3

Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы

№ п/п	Примерный перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы
	Учебным планом не предусмотрено

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора
	не предусмотрено	

Перечень тем контрольных работ по дисциплине обучающихся заочной формы обучения, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
	Не предусмотрено

10.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

11.1. Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала.

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

Планируемые результаты при освоении обучающимися лекционного материала:

- получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;
- получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;
- развитие профессионально-деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.
- появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;
- получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;
- научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходить к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);
- получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал может сопровождаться демонстрацией слайдов и использованием раздаточного материала при проведении коротких дискуссий об особенностях применения отдельных тематик по дисциплине.

Структура предоставления лекционного материала: формулировка темы лекции; указание основных изучаемых разделов или вопросов и предполагаемых затрат времени на их изложение; изложение вводной части; изложение основной части лекции; краткие выводы по каждому из вопросов; заключение; рекомендации.

Алгоритм подготовки и проведения лекционного занятия.

- Сформулировать цель лекционного занятия согласно содержанию РПД;
- Провести анализ индикатора: знать;
- Определить этапы занятия с распределением времени;
- Спланировать формы и методы обучения;
- Применить учебно – методический материал;
- Выбрать и/или разработать оценочные материалы для оценки работы обучающихся на занятии.

11.2. Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных работ

В ходе выполнения лабораторных работ обучающийся должен углубить и закрепить знания, практические навыки, овладеть современной методикой и техникой эксперимента в соответствии с квалификационной характеристикой обучающегося. Выполнение лабораторных работ состоит из экспериментально-практической, расчетно-аналитической частей и контрольных мероприятий.

Выполнение лабораторных работ обучающимся является неотъемлемой частью изучения дисциплины, определяемой учебным планом, и относится к средствам, обеспечивающим решение следующих основных задач обучающегося:

- приобретение навыков исследования процессов, явлений и объектов, изучаемых в рамках данной дисциплины;
- закрепление, развитие и детализация теоретических знаний, полученных на лекциях;
- получение новой информации по изучаемой дисциплине;
- приобретение навыков самостоятельной работы с лабораторным оборудованием и приборами.

Задание и требования к проведению лабораторной работы №1 «Анализ деятельности предприятия при помощи информационных технологий»

Цель работы: провести анализ деятельности предприятия при помощи информационных технологий.

Структура и форма отчета о лабораторной работе

Анализ деятельности предприятия при помощи информационных технологий проводится на основании следующих критерии:

- название и характеристика деятельности компании;
- целевая аудитория (не менее 5 критериев);
- позиционирование на рынке;
- цены;
- сбыт;
- коммуникации.

Требования к оформлению отчета о лабораторной работе

Аналитическая справка формируется в виде документа Word с титульным листом, в соответствии с ГОСТ 7.32.

Задание и требования к проведению лабораторной работы № 2 «Эффективный поиск информации в Интернет».

Цель работы: создать аннотированный список Интернет-ресурсов по выбранной компании.

Аннотированный список интернет-ресурсов — это список ресурсов, содержащий дополнительную информацию, которая позволяет дать предварительную оценку ценности ресурса (компании).

Аннотированный список должен содержать не менее 10 Интернет-ресурсов.

Структура и форма отчета о лабораторной работе

Выполнение работы

1. Познакомиться с содержанием материалов для самостоятельного изучения по теме «Информационные ресурсы и эффективный поиск информации в Интернет»
2. В текстовом файле создать таблицу по представленному шаблону, отражающую результаты поиска:

№ п/п	Адрес интернет-ресурса	Автор ресурса	Скриншот главной страницы	Аннотация
1	Представляет собой url-адрес ресурса.	Кто создал ресурс, или кому этот ресурс принадлежит.	Скриншот	Отражается чем полезен ресурс, его содержание, как можно использовать в профессиональной деятельности.
...				
10				

Требования к оформлению отчета о лабораторной работе

Аналитическая справка формируется в виде документа Word с таблицей и титульным листом, в соответствии с ГОСТ 7.32.

Задание и требования к проведению лабораторной работы №3 «Организация процессов в интернет пространстве»

Цель работы: познакомиться с организацией информационных процессов в интернет пространстве

1. Составить аналитическую записку, в которой содержатся следующие пункты:
Определение и описание целевой аудитории (не менее 7 критериев).
2. Выбор социальных сетей в соответствии с целевой аудиторией для продвижения компании и обоснование этого выбора.
3. Создать стратегию продвижения компании в социальных сетях в соответствии с целевой аудиторией.

Стратегия должна включать в себя:

- цель;
- задачи для достижения каждой цели;
- концепцию;
- характеристика целевой аудитории для таргета;
- основная идея в контенте;
- рубрикатор (не менее 5 рубрик);
- стиль текста;
- дизайн и оформление;
- темы поста;
- формат поста;
- определить социальные сети для продвижения и обосновать их.

Структура и форма отчета о лабораторной работе

В текстовом файле создать отчет по описанным выше пунктам по выбранной компании.

Требования к оформлению отчета о лабораторной работе

Аналитическая справка формируется в виде документа Word с титульным листом, в соответствии с ГОСТ 7.32.

Задание и требования к проведению лабораторной работы № 4 «Создание веб-сайта при помощи информационных технологий»

Цель работы: создать веб – сайт для выбранной компании.

Структура и форма отчета о лабораторной работе

1. Познакомиться с содержанием материалов для самостоятельного изучения по теме «Создание веб - сайта при помощи информационных технологий».
2. В данной лабораторной работе для создания сайта использовать веб-приложение wix шаблон для создания сайтов (<https://ru.wix.com/>).
3. Требования к сайту:
 - Разработать фирменный стиль (цвет, шрифт)
 - Наличие иллюстраций, фотографий, рисунков
 - Разработанный текст
 - Контактная информация о компании

4. Примеры: <https://vesnavruke.wixsite.com/musicwave>

<https://ivanivanovpiter9.wixsite.com/sdamege>

Требования к оформлению отчета о лабораторной работе

Аналитическая справка формируется в виде ссылки на работающей сайт в документе Word с титульным листом, в соответствии с ГОСТ 7.32.

Задание и требования к проведению лабораторной работы № 5 «SMM стратегия»

Цель работы: разработать SMM стратегию, учитывая правила ее разработки.

Структура и форма отчета о лабораторной работе

SMM стратегия должна включать в себя ответы на следующие вопросы:

Что такое SMM-технологии?

Каковы особенности использования SMM-технологий?

С помощью каких ресурсов возможно SMM-продвижение?

Определите целевую аудиторию во «Вконтакте».

Перечислите элементы организационной культуры в организациях социальной сферы: миссия, имидж, корпоративный кодекс, символы, мифы. Как это относится к продвижению в социальной сети «Вконтакте».

Таргетинговая реклама ее функции и особенности, проанализируйте сильные и слабые стороны данной технологии. Является ли она эффективной на Ваш взгляд, почему?

Определите задачи для конкретной сферы бизнеса с учетом специфики SMM.

Требования к оформлению отчета о лабораторной работе

Аналитическая справка формируется в виде документа Word с таблицей и титульным листом, в соответствии с ГОСТ 7.32.

11.3. Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Обучающийся самостоятельно проводит изучения теоретического материала по рекомендуемой литературе, представленной в таблице 8.

Для обучающихся по заочной форме обучения, самостоятельная работа может включать в себя контрольную работу.

В процессе выполнения самостоятельной работы, у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет им развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся являются:

- учебно-методический материал по дисциплине;
- методические указания по выполнению контрольных работ (для обучающихся по заочной форме обучения).

11.4. Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль успеваемости предусматривает контроль качества знаний обучающихся, осуществляемого в течение семестра с целью оценивания хода освоения дисциплины.

Текущий контроль по дисциплине «Интернет-маркетинг» осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов и аспирантов ГУАП, обучающихся по образовательным программам высшего образования».

Требования к проведению текущего контроля успеваемости: к моменту проведения текущего контроля успеваемости (8 неделя обучения) должно быть выполнено 2 лабораторные работы, проведен устный опрос.

Методы проведения текущего контроля успеваемости: устный опрос на занятиях, выполнения 2 практических работ.

Результаты текущего контроля успеваемости учитываются при проведении промежуточной аттестации и являются основанием для допуска студентов к промежуточной аттестации.

Вопросы для устного опроса:

- Принципы работы поисковых систем
- Механизмы работы поисковых систем
- Содержание задач по созданию и редактированию контента
- Методы решения задач по созданию и редактированию контента
- Принципы работы CMS
- Ключевые параметры веб-статистики
- Сервисы для сбора веб-статистики

- Основные процессы разработки веб-сайтов
- Основные методы разработки веб-сайтов
- Основные понятия поисковой оптимизации
- Основные методы поисковой оптимизации

При необходимости, вопросы для проведения устного опроса при текущем контроле успеваемости можно дополнить из пункта «Вопросы» учебного пособия: Ястребов А.П., Рудакова Л.В. Интернет – маркетинг / Ястребов А.П. – СПб: РИЦ ГУАП, 2021. – 123 с. –

http://lib.aanet.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=418

Результаты текущего контроля успеваемости учитываются при проведении промежуточной аттестации и являются основанием для допуска студентов к промежуточной аттестации.

11.5. Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

– зачет – это форма оценки знаний, полученных обучающимся в ходе изучения учебной дисциплины в целом или промежуточная (по окончании семестра) оценка знаний обучающимся по отдельным разделам дисциплины с аттестационной оценкой «зачтено» или «не зачтено».

Система оценок при проведении промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов и аспирантов ГУАП, обучающихся по образовательным программам высшего образования».

Требования к проведению промежуточной аттестации: к моменту проведения промежуточной аттестации (17 неделя) должны быть выполнены все лабораторные работы, пройден устный опрос.

Метод проведения промежуточной аттестации: зачет для дисциплины.

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой