

## Аннотация

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Задорожная Людмила Ивановна

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 22.09.2023 12:03:38

Университет: ИТМО

faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

**рабочей программы учебной дисциплины "Б1.В.ДВ.05.01 Интернет-маркетинг"**

**направления подготовки бакалавров "42.03.01 Реклама и связи с общественностью"**

**профиль подготовки "Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере"**

**программа подготовки "бакалавр"**

### Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

Целью изучения дисциплины "Интернет-маркетинг" является формирование у будущих специалистов комплекса компетенций по использованию инструментов маркетинга прямо или косвенно связанных с Интернет при продвижении сайта, анализе рынка и конкурентной среды для обеспечения стабильного развития и устойчивого роста компании или предприятия.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- изучение нормативных правовых актов, основных категорий, методик и технологий Интернет-маркетинга;
- овладение умениями подготовки и проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга;
- приобретение навыков использования типовых методик и систем экономических и социально-экономических показателей для принятия обоснованных организационно-управленческих решений в Интернет-маркетинге;
- формирование навыков организации и управления Интернет-маркетингом; - приобретение умений проектирования и управления торгово-технологическими процессами с учетом специфики применения интернет-технологий;
- приобретение навыков применения инновационных технологий в организации и управлении Интернет-маркетингом и электронной торговлей.

### Основные блоки и темы дисциплины

Раздел дисциплины
Тема 1. Теория и методология маркетинга в сети Интернет
Тема 2. Интернет-технологии в маркетинге
Тема 3. Корпоративный сайт как инструмент интернет-маркетинга
Тема 4. Продукт. Позиционирование. Ценообразование.
Тема 5. Коммуникации в интернет-маркетинге. Продвижение
Тема 6. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа
Промежуточная аттестация

### Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Интернет-маркетинг» относится к блоку дисциплин по выбору.

Она базируется на знаниях, полученных студентами при изучении таких дисциплин, как «Основы маркетинга», «Основы теории коммуникации», «Экономика», «Организация продвижения продукции», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» и др.

Дисциплина «Интернет-маркетинг» является предшествующей для следующих дисциплин: «Правовое регулирование рекламной деятельности», «Мотивация в рекламе» и др.

### В результате изучения дисциплины бакалавр должен обладать



**следующими компетенциями:**

<p><b>ПКУВ-2:</b> Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности</p>		
<p><b>ПКУВ-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.</b></p>		
<p>функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связям с общественностью; принципы сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач;</p>	<p>выполнять функционал линейного менеджера; учитывать особенности принципов сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач; принимать управленческие решения по продвижению продукции СМИ;</p>	<p>навыками принятия управленческих решений по продвижению продукции.</p>
<p><b>ПКУВ-2:</b> Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности</p>		
<p><b>ПКУВ-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности</b></p>		
<p>способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; способы разрешения конфликтных ситуаций, методику и технику проведения антикризисных кампаний;</p>	<p>Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; планировать и организовывать рекламные, агитационно-пропагандистские информационные, антикризисные кампании, находить способы решения различных коммуникационных задач</p>	<p>навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;</p>
<p><b>ПКУВ-2:</b> Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности</p>		
<p><b>ПКУВ-2.3 Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере</b></p>		
<p>основы рекламной деятельности и связей с общественностью в организации способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;</p>	<p>Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью</p>	<p>навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; навыками повышения имиджа фирмы, продвижения товаров и услуг на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p>
<p><b>ПКУВ-3:</b> Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии</p>		
<p><b>ПКУВ-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента</b></p>		
<p>особенности, правила и приемы применения алгоритмов планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки</p>	<p>учитывать особенности планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности</p>	<p>навыками планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; Культурой мышления, способностью к восприятию, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ</p>
<p><b>ПКУВ-3:</b> Способность выполнять работы по архитектурно- строительному проектированию зданий и сооружений промышленного и гражданского назначения</p>		
<p><b>ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций</b></p>		
<p>пути и способы повышения</p>	<p>находить пути и способы повышения</p>	<p>навыками определения путей и</p>



эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах	эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах; ориентироваться на рынке маркетинговой информации	способов повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленности на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах.
<b>ПКУВ-3:</b> Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии		
<b>ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий</b>		
концепции прикладного маркетинга; методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;	применять методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;	навыками применения методик для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий.

Дисциплина "Интернет-маркетинг" изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими, лабораторными занятиями, выполнением контрольных работ, самостоятельной работы над учебной и научно-технической литературой и завершается экзаменом.

**Общая трудоёмкость дисциплины** составляет 144 часа, 4 зачетные единицы.

**Вид промежуточной аттестации:** Зачет.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Ханахок Зарема Аюбовна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

