

АНО ВО «Межрегиональный открытый социальный институт»

УТВЕРЖДЕНО

на заседании Совета факультета экономики и информационной безопасности

Протокол заседания Совета факультета № 1 « 28 » августа 2018 г.

И.о. декана факультета экономики и информационной безопасности

О.В. Шишкина



ОДОБРЕНО

на заседании кафедры экономики и менеджмента

Протокол заседания кафедры № 1 « 28 » августа 2018 г.

Зав. кафедрой экономики и менеджмента

А.Н. Петрова

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

по учебной дисциплине

Маркетинг в социальных сетях

(наименование)

образовательная программа

38.03.02 Менеджмент

Логистика и управление цепями поставок

форма обучения

заочная

ПРОГРАММА РАЗРАБОТАНА

старший преподаватель,

Евдокимов Д.А.

(должность, Ф. И. О., ученая степень, звание автора(ов) программы)

Йошкар-Ола, 2018

## Содержание

|  |    |
|--|----|
| 1. Пояснительная записка .....   | 3  |
| 2. Структура и содержание дисциплины .....   | 6  |
| 3. Оценочные средства и методические рекомендации по проведению промежуточной аттестации ..... | 15 |
| 4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....                           | 20 |
| 5. Материально-техническое обеспечение дисциплины .....  | 21 |
| 6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....                           | 22 |

## 1. Пояснительная записка

**Цель изучения дисциплины:** формирование у студентов знаний, умений и навыков применения технологий реализации маркетинга в социальных сетях.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Предлагаемый курс относится к факультативам образовательной программы 38.03.02 Менеджмент. Логистика и управление цепями поставок.

**Дисциплина «Маркетинг в социальных сетях» обеспечивает овладение следующими компетенциями:**

Продолжает формирование общепрофессиональных компетенций:

способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7) – 3 этап;

Начинает формирование профессиональных компетенций:

владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3) – 1 этап;

способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9) – 1 этап.

### Этапы формирования компетенций (заочная форма обучения)

| Код компетенции   | Формулировка компетенции  | Учебная дисциплина   | Семестр | Этап |
|---|---|--|---------|------|
| ОПК-7   | способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности | Автоматизированные системы управления 1С: Предприятие                | 1       | 1    |
|   |   | Информационные технологии в менеджменте                              | 1       | 1    |
|   |   | Microsoft Office (Word, Power Point) в профессиональной деятельности | 1       | 1    |
|   |   | Microsoft Office (Excel ) в профессиональной деятельности            | 1       | 1    |
|   |   | Документационное обеспечение управления                              | 2       | 2    |
|   |   | Основы логистики   | 3       | 3    |
|   |   | Маркетинг в социальных сетях   | 3       | 3    |
|   |   | Учебная практика   | 6       | 4    |
| Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной | 8   | 5  |         |      |

|             |   |  |    |   |
|-------------|---|--|----|---|
|             |   | деятельности   |    |   |
|             |   | Производственная практика: преддипломная практика  | 10 | 6 |
|             |   | Государственная итоговая аттестация  | 10 | 6 |
| <b>ПК-3</b> | владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности и   | Маркетинг в социальных сетях   | 3  | 1 |
|             |   | Бизнес-планирование в логистических системах   | 6  | 2 |
|             |   | Стратегический менеджмент  | 7  | 3 |
|             |   | Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности | 8  | 4 |
|             |   | Государственная итоговая аттестация  | 10 | 5 |
| <b>ПК-9</b> | способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли | Маркетинг в социальных сетях   | 3  | 1 |
|             |   | Экономика организации (предприятия)  | 4  | 2 |
|             |   | Логистика снабжения и управление запасами  | 5  | 3 |
|             |   | Международные аспекты логистической деятельности   | 8  | 4 |
|             |   | Международная транспортная логистика   | 8  | 4 |
|             |   | Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности | 8  | 4 |
|             |   | Контроллинг логистических систем   | 9  | 5 |
|             |   | Аудит логистических систем   | 9  | 5 |
|             |   | Управление логистическими рисками  | 9  | 5 |
|             |   | Государственная  | 10 | 6 |

|  |  |                     |  |  |
|--|--|---------------------|--|--|
|  |  | ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ |  |  |
|--|--|---------------------|--|--|

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

|       |  |
|-------|--|
| ОПК-7 | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методы продвижения информации о внешней и внутренней среде организации;</li> <li>- основные требования информационной безопасности.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- работать с информацией в социальных сетях с учетом основных требований информационной безопасности;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- современными информационно-коммуникационными технологиями в управленческой деятельности;</li> <li>- навыками сбора, обработки, и размещения необходимой информации в социальных сетях для эффективной маркетинговой деятельности организации.</li> </ul>   |
| ПК-3  | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные принципы и методы маркетинга в социальных сетях;</li> <li>- методы оценки эффективности маркетинга в социальных сетях;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать и осуществлять стратегии организации;</li> <li>- выбирать инструменты маркетинговой деятельности для ведения эффективной рекламной кампании организации в социальных сетях.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками стратегического анализа организации;</li> <li>- навыками оценки эффективности маркетинговой деятельности в социальных сетях</li> </ul>  |
| ПК-9  | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формы коммуникаций между предпринимательскими организациями и потребителями в социальных сетях;</li> <li>- возможные последствия неблагоприятного воздействия макроэкономической среды;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выбирать оптимальные формы коммуникаций с потребителями в социальных сетях;</li> <li>- анализировать поведение потребителей и формирование спроса через социальные сети;</li> <li>- выявлять и анализировать риски неблагоприятного воздействия макроэкономической среды;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на маркетинг в социальных сетях и функционирование организации в целом;</li> <li>- подходами к решению типовых управленческих задач, возникающих в маркетинге в социальных сетях.</li> </ul> |

**Формы текущего контроля успеваемости студентов:** устный опрос, реферат, доклад.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

## 2. Структура и содержание дисциплины

Трудоемкость 2 зачетные единицы, 72 часов, из них:

заочная форма обучения: 4 лекционных, 8 практических, 56 часов самостоятельной работы; 4 часа контроля.

### 2.1. Тематический план учебной дисциплины (заочная форма)

| № п/п раздела | Наименование разделов и тем           | Количество часов по учебному плану |                     |                                    |                      |                        |
|---------------|---------------------------------------|------------------------------------|---------------------|------------------------------------|----------------------|------------------------|
|               |                                       | Всего                              | Виды учебной работы |                                    |                      |                        |
|               |                                       |                                    | Аудиторная работа   |                                    |                      | Самостоятельная работа |
|               |                                       |                                    | Лекции              | Практические (семинарские) занятия | Лабораторные занятия |                        |
| 1             | 2                                     | 3                                  | 4                   | 5                                  | 6                    | 7                      |
| 1             | Тема 1. Введение в интернет-маркетинг | 11                                 | 1                   | 1                                  | -                    | 9                      |
| 2             | Тема 2. Баннерная реклама             | 10                                 | -                   | 1                                  | -                    | 9                      |
| 3             | Тема 3. Поисковая реклама             | 10                                 | -                   | 1                                  | -                    | 9                      |
| 4             | Тема 4. Email - маркетинг             | 11                                 | 1                   | 1                                  | -                    | 9                      |
| 5             | Тема 5. Маркетинг в социальных сетях  | 13                                 | 1                   | 2                                  | -                    | 10                     |
| 6             | Тема 6. Тренды интернет-маркетинга    | 13                                 | 1                   | 2                                  | -                    | 10                     |
|               | <b>Контроль</b>                       | <b>4</b>                           |                     |                                    |                      |                        |
|               | <b>Итого по дисциплине</b>            | <b>72</b>                          | <b>4</b>            | <b>8</b>                           | <b>-</b>             | <b>56</b>              |

## 2.2. Тематический план лекций:

| <b>№ п/п раздела</b> | <b>Наименование разделов и тем</b>    | <b>Количество часов</b> |
|----------------------|---------------------------------------|-------------------------|
| <b>1</b>             | <b>2</b>                              | <b>3</b>                |
| 1                    | Тема 1. Введение в интернет-маркетинг | 1                       |
| 2                    | Тема 2. Баннерная реклама             | -                       |
| 3                    | Тема 3. Поисковая реклама             | -                       |
| 4                    | Тема 4. Email - маркетинг             | 1                       |
| 5                    | Тема 5. Маркетинг в социальных сетях  | 1                       |
| 6                    | Тема 6. Тренды интернет-маркетинга    | 1                       |
|                      | <b>Итого по дисциплине</b>            | <b>4</b>                |

### Содержание лекционных занятий

#### Тема 1. Введение в интернет-маркетинг

**План:**

1. Понятие и структура интернет-маркетинга и интернет-рекламы.
2. Анонсирование в поисковых системах и поисковая оптимизация.

#### Тема 4: E-mail реклама.

**План:**

1. E-mail реклама.
2. Основные понятия и преимущества e-mail рекламы.
3. Индивидуальные письма.
4. Списки рассылки. Дискуссионные листы. Спам.

#### Тема 5. Маркетинг в социальных сетях

**План:**

1. Продвижение в социальных сетях.
2. Управление репутацией в социальных сетях.

#### Тема 6. Тренды интернет-маркетинга

**План:**

1. Ретаргетинг.
2. Real Time Bidding.

### 2.3. Тематический план практических (семинарских) занятий

| № п/п раздела | Наименование разделов и тем           | Количество часов |
|---------------|---------------------------------------|------------------|
| <b>1</b>      | <b>2</b>                              | <b>3</b>         |
| 1             | Тема 1. Введение в интернет-маркетинг | 1                |
| 2             | Тема 2. Баннерная реклама             | 1                |
| 3             | Тема 3. Поисковая реклама             | 1                |
| 4             | Тема 4. Email - маркетинг             | 1                |
| 5             | Тема 5. Маркетинг в социальных сетях  | 2                |
| 6             | Тема 6. Тренды интернет-маркетинга    | 2                |
|               | <b>Итого по дисциплине</b>            | <b>8</b>         |

#### Семинарские занятия по темам Тема 1. Введение в интернет-маркетинг

**План:**

1. Понятие и цели поисковой оптимизации.
2. Методы поисковой оптимизации.
3. Создание оптимизированного контента сайта, разработка текстов ссылок и описаний.
4. Повышение индекса цитирования.

#### Тема 2. Баннерная реклама.

**План:**

1. Баннерная реклама.
2. Понятие баннерной рекламы.
3. Технологии баннерной рекламы.
4. Практика использования баннерной рекламы.
5. Достоинства и недостатки баннерного обмена.
6. Эффект выгорания баннерной рекламы.
7. Повышение эффективности баннерной рекламы.

#### Тема 3. Поисковая реклама

**План:**

1. Поисковая реклама.
2. Участие в рейтингах и регистрации в каталогах.
3. Обмен ссылками.
4. Профайлинг и персонализация в интернет-рекламе.
5. Оценка уровня конкуренции при поисковой оптимизации.
6. Анализ коммерческого потенциала посетителя.

#### Тема 4: E-mail реклама.

**План:**

1. Понятие и принципы вирусного маркетинга.
2. Вирусный маркетинг и соблюдение прав пользователей на частную жизнь.



3. Спонсорские программы и другие направления использования методов вирусного маркетинга.

#### **Тема 5. Маркетинг в социальных сетях**

**План:**

1. Клиентская поддержка в социальных сетях.
2. Мониторинг социальных сетей. Этапы маркетинга в социальных сетях

#### **Тема 6. Тренды интернет-маркетинга**

**План:**

1. Мобильные сервисы.
2. Лидогенерация.

## 2.4. Тематический план для самостоятельной работы

| № п/п раздела | Наименование разделов и тем           | Количество часов |
|---------------|---------------------------------------|------------------|
| <b>1</b>      | <b>2</b>                              | <b>3</b>         |
| 1             | Тема 1. Введение в интернет-маркетинг | 9                |
| 2             | Тема 2. Баннерная реклама             | 9                |
| 3             | Тема 3. Поисковая реклама             | 9                |
| 4             | Тема 4. Email - маркетинг             | 9                |
| 5             | Тема 5. Маркетинг в социальных сетях  | 10               |
| 6             | Тема 6. Тренды интернет-маркетинга    | 10               |
|               | <b>Итого по дисциплине</b>            | <b>56</b>        |

### Вопросы для самостоятельной работы

#### Тема 1. Введение в интернет-маркетинг

##### Вопросы для самостоятельной работы:

1. Понятие Интернет- маркетинга.
2. Опишите предметную область интернет-маркетинга.
3. Назовите отличительные качества интернет-рекламы.
4. Опишите критерии ранжирования сайтов поисковыми системами.
5. Назовите правила увеличения релевантности интернет-ресурса.
6. Что должно входить в словарь поисковых запросов?
7. Какие правила необходимо учитывать при обмене ссылками между сайтами?

#### Тема 2. Баннерная реклама

##### Вопросы для самостоятельной работы:

1. Понятие поискового продвижения сайта.
2. Перечислите преимущества использования поисковой рекламы.
3. Какие группы показатели характеризуют аудиторию сайта?
4. Раскройте понятия «профайлинг» и «персонализация».
5. Назовите два основных подхода к организации обмена ссылками.
6. Перечислите признаки классификации служб баннерной рекламы.
7. Перечислите два основных способа размещения баннерной рекламы.

#### Тема 3. Поисковая реклама

##### Вопросы для самостоятельной работы:

1. Назовите четыре основных вида таргетинга.
2. Перечислите преимущества и недостатки различных видов таргетинга.
3. Что необходимо учитывать при выборе издателем посредника между ним и рекламодателями?
4. Перечислите преимущества размещения рекламы в сетях баннерного обмена.
5. Чем отличаются методы opt-in и opt-out?
6. Какие функции выполняет модератор?
7. Основные признаки спама?

#### **Тема 4. Email – маркетинг**

##### **Вопросы для самостоятельной работы:**

1. Понятие вирусного маркетинга.
2. Шесть основных принципов стратегии вирусного маркетинга.
3. Понятие спонсорской программы.
4. Перечислите основные методы сбора информации для анализа эффективности интернет-рекламы.
5. Назовите основные показатели эффективности интернет-рекламы и дайте их краткую характеристику.
6. Создание рекламной кампании в сети Интернет.
7. Специфика мероприятий Интернет маркетинга в России.

#### **Тема 5. Маркетинг в социальных сетях**

##### **Вопросы для самостоятельной работы:**

1. Средства Интернет коммуникации.
2. PR-кампания в Интернете.
3. Интерактивный Интернет маркетинг: приложения и игры, ролики.
4. Понятие контекстной рекламы.
5. Стратегии ведения контекстной рекламной кампании.
6. Расчет эффективности контекстной рекламной кампании.
7. Понятие поискового продвижения сайта.
8. Поисковая оптимизация.

#### **Тема 6. Тренды интернет-маркетинга**

##### **Вопросы для самостоятельной работы:**

1. Понятие и сущность социальной сети.
2. Интеграция сайта с социальными сетями.
3. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет.
4. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика.
5. Составление прогноза бюджета мероприятий Интернет маркетинга.
6. Понятие эффективности мероприятий Интернет маркетинга.
7. Пост-клик анализ рекламной кампании.
8. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы.
9. Особенности оценки эффективности поисковой оптимизации сайтов.

#### **Тематика рефератов, докладов**

1. Этапы развитие информационных технологий
2. Интернет-коммерция и Интернет-маркетинг
3. Сравнительный анализ традиционного и Интернет – бизнеса
4. Конкурентные преимущества интернета
5. Оценка возможностей ведения Интернет бизнеса
6. Аудитория Всемирной сети
7. Российский Интернет
8. Зарубежный Интернет
9. Рынок электронной коммерции
10. Принципы построения сети Интернет
11. Службы Интернета
12. Методы обеспечения безопасности в сети Интернет
13. Платежные Интернет-системы
14. Коммуникативные характеристики Интернета
15. Интернет-аудитория
16. Навигация пользователей в Интернете

17. Управление взаимоотношениями с клиентами
18. Маркетинговая информационная система
19. Организация маркетинговых исследований в Интернете
20. Инструменты и средства проведения исследований в Интернете
21. Развитие Интернета и его коммуникационных возможностей.
22. Построение сообществ бренда.
23. Персональный брендинг и репутационный менеджмент.
24. Создание и продвижение сообществ бренда.
25. Развитие собственных информационных площадок.
26. Проведение интерактивных акций.
27. Социальные сети как ресурс рекламного рынка в России.
28. Роль социальных сетей в маркетинговой деятельности компании
29. Реклама – средство повышения конкурентоспособности предприятия.

### Средство оценивания: реферат

Шкала оценивания:

Реферат оценивается по 100-балльной шкале. Баллы переводятся в оценки успеваемости следующим образом:

86-100 баллов – «отлично»;

70- 85 баллов – «хорошо»;

51-69 баллов – «удовлетворительно»;

менее 51 балла – «неудовлетворительно».

| Критерии  | Показатели   |
|---|--|
| 1. Новизна реферированного текста.<br>Максимальная оценка – 20 баллов             | актуальность проблемы и темы;<br>– новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы;<br>– наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.  |
| 2. Степень раскрытия сущности проблемы.<br>Максимальная оценка – 30 баллов        | – соответствие плана теме реферата;<br>– соответствие содержания теме и плану реферата;<br>– полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы;<br>– обоснованность способов и методов работы с материалом;<br>– умение работать с источниками и литературой, систематизировать и структурировать материал;<br>– умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы |
| 3. Обоснованность выбора источников и литературы. Максимальная оценка – 20 баллов | круг, полнота использования источников и литературы по проблеме;<br>– привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов, интернет-ресурсов и т. д.).   |
| 4. Соблюдение требований к оформлению.  | правильное оформление ссылок на  |

|   |   |
|---|---|
| Максимальная оценка – 15 баллов.                    | использованные источники и литературу;<br>– грамотность и культура изложения;<br>– использование рекомендованного количества источников и литературы;<br>– владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы;<br>– соблюдение требований к объему реферата;<br>– культура оформления: выделение абзацев, глав и параграфов |
| 5. Грамотность.<br>Максимальная оценка – 15 баллов. | – отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей;<br>– отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых;<br>– литературный стиль.  |

### Средство оценивания: доклад

Шкала оценивания:

Оценка «отлично» выставляется студенту, если:

- доклад производит выдающееся впечатление, сопровождается иллюстративным материалом;
- автор представил демонстрационный материал и прекрасно в нем ориентировался;
- автор отвечает на вопросы аудитории;
- показано владение специальным аппаратом;
- выводы полностью отражают поставленные цели и содержание работы.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если:

- доклад четко выстроен;
- демонстрационный материал использовался в докладе, хорошо оформлен, но есть неточности;
- докладчик не может ответить на некоторые вопросы;
- докладчик уверенно использовал общенаучные и специальные термины;
- выводы докладчика не являются четкими.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если:

- доклад зачитывается;
- представленный демонстрационный материал не использовался докладчиком или был оформлен плохо, неграмотно;
- докладчик не может четко ответить на вопросы аудитории;
- показано неполное владение базовым научным и профессиональным аппаратом;
- выводы имеются, но они не доказаны.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если:

- содержание доклада не соответствует теме;
- отсутствует демонстрационный материал;
- докладчик не может ответить на вопросы;
- докладчик не понимает специальную терминологию, связанную с темой доклада;
- отсутствуют выводы.

### Распределение трудоемкости СРС при изучении дисциплины

| Вид самостоятельной работы                       | Трудоемкость (час) |
|--|--------------------|
| Подготовка к зачету                              | 11                 |
| Проработка конспекта лекций                      | 11                 |
| Подготовка к практическим (семинарским) занятиям | 11                 |

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| Проработка учебной литературы | 17 |
| Написание рефератов           | 6  |

### 3. Оценочные средства и методические рекомендации по проведению промежуточной аттестации

При проведении зачета по дисциплине «Маркетинг в социальных сетях» может использоваться устная или письменная форма проведения.

#### Примерная структура зачета по дисциплине «Маркетинг в социальных сетях»

##### 1. устный ответ на вопросы

Студенту на зачете дается время на подготовку вопросов теоретического характера

##### 2. выполнение тестовых заданий

Тестовые задания выполняются в течение 30 минут и состоят из 25 вопросов разных типов. Преподаватель готовит несколько вариантов тестовых заданий.

##### 3. выполнение практических заданий

Практических задания выполняются в течение 30 минут. Бланки с задачами готовит и выдает преподаватель.

##### Устный ответ студента на зачете должен отвечать следующим требованиям:

- научность, знание и умение пользоваться понятийным аппаратом;
- изложение вопросов в методологическом аспектах, аргументация основных положений ответа примерами из современной практики, а также из личного опыта работы;
- осведомленность в важнейших современных проблемах маркетинга в социальных сетях, знание классической и современной литературы.

**Выполнение практического задания должно отвечать следующим требованиям:**

- Владение профессиональной терминологией;
- Последовательное и аргументированное изложение решения.

#### Критерии оценивания ответов

| Уровень освоения компетенции       | Формулировка требований к степени сформированности компетенций   | Шкала оценивания |
|------------------------------------|--|------------------|
| Компетенции сформированы полностью | Владеет современными информационно-коммуникационными технологиями в управленческой деятельности. Обладает навыками сбора, обработки, и размещения необходимой информации в социальных сетях для эффективной маркетинговой деятельности организации. Владеет навыками стратегического анализа организации; навыками оценки эффективности маркетинговой деятельности в социальных сетях. Обладает способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на маркетинг в социальных сетях и функционирование организации в целом. Владеет подходами к решению типовых управленческих задач, возникающих в маркетинге в социальных сетях. | Зачтено          |
|                                    | Работает с информацией в социальных сетях с учетом основных требований информационной безопасности. Разрабатывает и осуществляет стратегии организации. Выбирает инструменты маркетинговой деятельности для ведения эффективной рекламной кампании   |                  |

|                             |  |            |
|-----------------------------|--|------------|
|                             | <p>организации в социальных сетях. Выбирает оптимальные формы коммуникаций с потребителями в социальных сетях. Анализирует поведение потребителей и формирование спроса через социальные сети. Выявляет и анализирует риски неблагоприятного воздействия макроэкономической среды.</p> <p>Демонстрирует знание методов продвижения информации о внешней и внутренней среде организации. Имеет представление об основных требованиях информационной безопасности. Знает основные принципы и методы маркетинга в социальных сетях. Демонстрирует знание методов оценки эффективности маркетинга в социальных сетях. Имеет представление о формах коммуникаций между предпринимательскими организациями и потребителями в социальных сетях; о возможных последствиях неблагоприятного воздействия макроэкономической среды.</p> |            |
| Компетенции не сформированы | Не соответствует критериям оценки удовлетворительно  | Не зачтено |

### **Рекомендации по проведению зачета**

1. Студенты должны быть заранее ознакомлены с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся АНО ВО МОСИ.
2. По результатам зачета преподаватель обязан разъяснить студенту правила выставления экзаменационной оценки.
3. Преподаватель в ходе зачета проверяет уровень полученных в течение изучения дисциплины знаний, умений и навыков и сформированность компетенции.
4. Тестирование по дисциплине проводится либо в компьютерном классе, либо в аудитории на бланке с тестовыми заданиями

### **Перечень вопросов к зачету**

1. E-mail маркетинг. Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем.
2. Стратегия сегментации в E-mail маркетинге. Экономическая эффективность массовых рассылок
3. Тенденции современного E-mail маркетинга.
4. Модели поведения посетителей сайтов
5. Лидогенерация как бизнес-процесс. Преимущества, основные понятия.
6. Методы лидогенерации. Факторы успеха лидогенерации.
7. Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет с электронным кошельком: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька).
8. Лэндинг. Методы и факторы успеха.
9. Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C).
10. Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки.
11. Понятие электронного бизнеса. Преимущества электронного бизнеса. Причины перехода в киберпространство.



12. Создание и регистрация сайта.
13. Разработка SEO -friendly сайта.
14. Виды интернет-рекламы.
15. Сервисы контекстной рекламы. Анализ эффективности контекстной рекламы.
16. Медиапланирование в Интернет. Критерии выбора рекламных носителей
17. Оценка эффективности рекламной кампании.
18. SMM. Методы и стратегии.
19. Сравнительная характеристика социальных сетей в Рунете. Особенности продвижения в социальных сетях.
20. PR в интернет.
21. Модели электронного бизнеса и их характеристика.
22. Сущность и функции браузера. Сравнение популярных браузеров.
23. Требования к Интернет-магазину. Обработка заказа. Управление магазином.
24. Партнерский маркетинг. Партнерские программы, виды, поиск, управление
25. SEO. Алгоритм работы поисковой системы. Основные понятия.
26. Внутренняя оптимизация сайта.
27. Службы Интернет и их характеристика
28. Спам.

### **Тест по дисциплине «Интернет-маркетинг»**

1: Выберите правильный список форматов графических файлов, применяемых для размещения в Интернет.

- A. pmt, bmp
- Б. (+) gif, jpg
- В. pdf, wmf

2: Web-страницу можно создать с помощью

- A. (+) любого текстового редактора, воспринимающего ASCII
- Б. (+) специальных редакторов документов, например MS Front Page, HTMLPad;
- В. только с помощью редактора Блокнот
- Г. (+) Web-мастера графического редактора PowerPoint

3: Вопросы персонального характера (профессия, место жительства) желательно указывать

- A. (+) в конце опросной формы
- Б. в начале опросной формы

4: Значительную часть времени, проведенного в Интернет, российские взрослые пользователи тратят на

- A. (+) чтение новостей
- Б. (+) поиск информации
- В. совершение покупок

5: Выберите вариант, содержащий необязательные тэги

- A. (+) <html>, <head>, <font>
- Б. <html>, <head>, </body>,
- В. </html>, </head>, <body>

6: Организация, которая обеспечивает подключение к Интернет, называется

- A. доменом
- Б. (+) провайдером
- В. сервером

7: Преимуществами формата jpg являются

- А. (+) возможность удаления из файла избыточной и малозначительной информации
- Б. (+) использование 16 миллионов цветов
- В. поддержка режима анимации кадров

8: После выполнения тэгов <title> домашняя страница Васи </title> текст отобразится

- А. в качестве заголовка на странице
- Б. в качестве заголовка первого уровня на странице
- В. (+) в левом верхнем углу окна браузера
- Г. в левом верхнем углу окна браузера и в качестве заголовка первого уровня на странице

9: Структура электронного магазина включает

- А. (+) службу доставки товаров, склад и отдел снабжения, технический отдел
- Б. только службу доставки товара
- Г. склад и отдел снабжения, технический отдел

10: При сохранении html-кода в текстовом редакторе Блокнот указывается расширение

- А. .txt
- Б. (+) .html
- В. .doc
- Г. .jpg

## **Практические задания**

### **Задание 1**

1. Зарегистрируйтесь в сервисах wordstat.yandex.ru (общий доступ к сервисам Яндекса) и seopult.ru
2. Познакомьтесь с назначением и интерфейсом данных сервисов.
3. Составьте сематическое ядро (перечень ключевых запросов) для определенного сайта или вашего бизнеса.
4. Результат составления семантического ядра представить в виде файла xls (MS Excel) – перечень выбранных ключевых фраз с оценкой частотности каждой фразы по WordStat. Должно быть 50 или более ключевых запросов.
5. С учетом сематического ядра подобрать слова и позиции размещения и оценить месячную рекламную кампанию в Яндекс.Директ (<https://direct.yandex.ru/>). Оценку месячного бюджета сделать с помощью сервиса «Оценка бюджета рекламной кампании» Яндекс.Директ. План рекламной кампании (сроки, регион, выбранные ключевые слова для показа объявлений, оценку затрат, CTR и т.п.) представить в виде документа (docx).

### **Задание 2**

1. Проведите анализ главной страницы выбранного сайта на уникальность.
2. Примите решение о поисковых запросах, под которые должна быть оптимизирована главная этого сайта страница.
3. В seopult.ru, определив целевые страницы под выбранные для главной страницы запросы, подсчитайте бюджет на продвижение по этим словам, внимательно изучите рекомендации по изменению (оптимизации) страницы под выбранные ключевые слова.
4. Оптимизируйте и придайте уникальность выбранной странице.

### **Задание 3**

1. Создайте группу (сообщество) в социальной сети vk.com, ориентированную на продвижение сформулированного ранее бизнеса для конкретных целевых аудиторий. Настройте ее основные параметры (Действия → Управление сообществом → Настройки).
2. Разработайте 2–3 варианта контента для группы и предложите методы увеличения количества участников группы.

### **Задание 4**

1. Установите на свой сайт счетчик системы веб-аналитики, настройте цели для контекстной рекламы.
2. Проведите оценку эффективности завершенной рекламной кампании.

#### **4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

##### **Основная литература**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг: учебник / М.В. Акулич. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 352 с. : ил. — Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02474-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573342>.

##### **Дополнительная литература**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг: учебник / М.В. Акулич. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 352 с.: табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02474-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

2. Катаев, А.В. Интернет-маркетинг: учебное пособие / А.В. Катаев, Т.М. Катаева; Министерство науки и высшего образования РФ, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. – Ростов-на-Дону; Таганрог: Южный федеральный университет, 2018. – 154 с.: ил. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-2673-4; То же [Электронный ресурс]. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687>

##### **Современные профессиональные базы данных**

1. Профессиональная база данных по менеджменту [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://sophist.hse.ru/data\\_access.shtml](http://sophist.hse.ru/data_access.shtml)

2. Профессиональная база данных по менеджменту [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

##### **Информационно-справочные системы**

1. СПС «Консультант Плюс», СПС «Гарант» (договор о сотрудничестве от 23.09.2013 г. с ЗАО «Компьютерные технологии» (ПС Гарант)), регистрационный лист зарегистрированного пользователя ЭПС «Система ГАРАНТ» от 16.02.2012 г. №12-40272-000944; договоры с ООО «КонсультантПлюс Марий Эл» №2017-СВ-4 от 28.12.2016 г.

##### **Интернет-ресурсы**

1. Мониторинг новостей интернет-маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://marketing.iligent.ru/internet/>

2. Все о менеджменте, маркетинге, рекламе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.manager.ru](http://www.manager.ru)

3. Сетевой журнал о маркетинге и рекламе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.7st.ru](http://www.7st.ru)

4. Сайт маркетологов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.marketolog.ru](http://www.marketolog.ru)

5. Энциклопедия поисковых систем [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.searchengines.ru>

6. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>

7. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU/. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru>

8. Информационно-образовательный портал АНО ВО «Межрегиональный открытый социальный институт». – Режим доступа: <https://www.portal.mosi.ru>

## 5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническую базу для проведения лекционных и практических занятий по дисциплине составляют:

| Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы   | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы   | Перечень лицензионного программного обеспечения.<br>Реквизиты подтверждающего документа  |
|---|---|--|
| <p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации<br/>424007, Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Прохорова, д.28, каб. №211</p> | <p>Основное учебное оборудование:<br/>специализированная мебель (учебные парты, стулья, стол преподавателя, учебная доска).<br/>Технические средства обучения: переносной ноутбук, мультимедийный проектор, экран</p>   | <p>СПС «Консультант Плюс», СПС «Гарант» (договор о сотрудничестве от 23.09.2013 г. с ЗАО «Компьютерные технологии» (ПС Гарант)), регистрационный лист зарегистрированного пользователя ЭПС «Система ГАРАНТ» от 16.02.2012 г. №12-40272-000944; договоры с ООО «КонсультантПлюс Марий Эл» №2017-СВ-4 от 28.12.2016 г., Windows 10 Education, Windows 8, Windows 7 Professional (Microsoft Open License), Office Standart 2007, 2010 (Microsoft Open License), Office Professional Plus 2016 (Microsoft Open License), Kaspersky Endpoint Security (Лицензия №17E0-171117-092646-487-711, договор №Tr000171440 от 17.07.2017 г.).</p>  |
| <p>Помещение для самостоятельной работы<br/>424007, Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Прохорова, д.28, каб.302</p>  | <p>Основное учебное оборудование:<br/>специализированная мебель (учебные парты, стулья, стол преподавателя, учебная доска).<br/>Технические средства обучения:<br/>автоматизированные рабочие места, с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационную образовательную среду организации</p> | <p>СПС «Консультант Плюс», СПС «Гарант» (договор о сотрудничестве от 23.09.2013 г. с ЗАО «Компьютерные технологии» (ПС Гарант)), регистрационный лист зарегистрированного пользователя ЭПС «Система ГАРАНТ» от 16.02.2012 г. №12-40272-000944; договоры с ООО «КонсультантПлюс Марий Эл» №2017-СВ-4 от 28.12.2016 г. Windows 7 Professional (Microsoft Open License). Sys Ctr Endpoint Protection ALNG Subscriptions VL OLV S E 1Month AcademicEdition Enterprise Per User (Сублиц. договор № Tr000171440 17.07.2017). Office Prosessional 2010 (Microsoft Open License). Архиватор 7-zip (GNU LGPL). Adobe Acrobat Reader DC (Бесплатное ПО). Adobe Flash Player (Бесплатное ПО).</p> |

## **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

### **Методические указания для подготовки к лекционным занятиям**

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные для понимания темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на семинарское занятие и указания на самостоятельную работу.

В ходе лекционных занятий необходимо:

– вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

– задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

– дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой – в ходе подготовки к семинарам изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы.

– подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю, составить план-конспект своего выступления, продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной жизнью.

– своевременное и качественное выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении рекомендованной литературы. Студент может дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы при написании контрольных (РГР), курсовых и выпускных квалификационных работ.

### **Методические указания для подготовки к практическим (семинарским) занятиям**

Начиная подготовку к семинарскому занятию, необходимо, прежде всего, обратить внимание на конспект лекций, разделы учебников и учебных пособий, которые способствуют общему представлению о месте и значении темы в изучаемом курсе. Затем следует поработать с дополнительной литературой, сделать записи по рекомендованным источникам. Подготовка к семинарскому занятию включает 2 этапа:

- 1й этап - организационный;
- 2й этап - закрепление и углубление теоретических знаний. На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:
  - уяснение задания, выданного на самостоятельную работу;
  - подбор рекомендованной литературы;
  - составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе. Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная её часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных

положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам. В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь. При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Готовясь к консультации, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

В начале занятия студенты под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, раскрывают и объясняют основные положения выступления.

Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы обучающихся. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения и проследить их логику. Ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у студента, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд подсобных материалов для быстрого повторения прочитанного, для мобилизации накопленных знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие при самостоятельной работе. Важно развивать умение сопоставлять источники, продумывать изучаемый материал.

Большое значение имеет совершенствование навыков конспектирования. Преподаватель может рекомендовать студентам следующие основные формы записи план (простой и развернутый), выписки, тезисы. Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах.

План - это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

Конспект - это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

План-конспект - это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

Свободный конспект - это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

Тематический конспект составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

Ввиду трудоемкости подготовки к семинару следует продумать алгоритм действий, еще раз внимательно прочитать записи лекций и уже готовый конспект по теме семинара, тщательно продумать свое устное выступление.

На семинаре каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Необходимо следить, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста), не допускать и простое чтение конспекта. Необходимо, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он

говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного.

Выступления других обучающихся необходимо внимательно и критически слушать, подмечать особенное в суждениях обучающихся, улавливать недостатки и ошибки. При этом обратить внимание на то, что еще не было сказано, или поддержать и развить интересную мысль, высказанную выступающим студентом. Изучение студентами фактического материала по теме практического занятия должно осуществляться заблаговременно. Под фактическим материалом следует понимать специальную литературу по теме занятия, систему нормативных правовых актов, а также арбитражную практику по рассматриваемым проблемам. Особое внимание следует обратить на дискуссионные теоретические вопросы в системе изучаемого вопроса: изучить различные точки зрения ведущих ученых, обозначить противоречия современного законодательства. Для систематизации основных положений по теме занятия рекомендуется составление конспектов.

Обратить внимание на:

- составление списка нормативных правовых актов и учебной и научной литературы по изучаемой теме;
- изучение и анализ выбранных источников;
- изучение и анализ арбитражной практики по данной теме, представленной в информационно-справочных правовых электронных системах и др.;
- выполнение предусмотренных программой заданий в соответствии с тематическим планом;
- выделение наиболее сложных и проблемных вопросов по изучаемой теме, получение разъяснений и рекомендаций по данным вопросам с преподавателями кафедры на их еженедельных консультациях;
- проведение самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний, решения представленных в учебно-методических материалах кафедры задач, тестов, написания рефератов и эссе по отдельным вопросам изучаемой темы;

Семинарские занятия завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности обучающихся по изучаемой дисциплине.

#### **Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины для самостоятельной работы**

Методика организации самостоятельной работы студентов зависит от структуры, характера и особенностей изучаемой дисциплины, объема часов на ее изучение, вида заданий для самостоятельной работы студентов, индивидуальных особенностей студентов и условий учебной деятельности.

При этом преподаватель назначает студентам варианты выполнения самостоятельной работы, осуществляет систематический контроль выполнения студентами графика самостоятельной работы, проводит анализ и дает оценку выполненной работы.

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется в аудиторной и внеаудиторной формах. Самостоятельная работа обучающихся в аудиторное время может включать:

- конспектирование (составление тезисов) лекций, выполнение контрольных работ;
- решение задач;
- работу со справочной и методической литературой;
- работу с нормативными правовыми актами;



- выступления с докладами, сообщениями на семинарских занятиях;
- защиту выполненных работ;
- участие в оперативном (текущем) опросе по отдельным темам изучаемой дисциплины;
- участие в собеседованиях, деловых (ролевых) играх, дискуссиях, круглых столах, конференциях;
- участие в тестировании и др.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время может состоять из:

- повторение лекционного материала;
- подготовки к семинарам (практическим занятиям);
- изучения учебной и научной литературы;
- изучения нормативных правовых актов (в т.ч. в электронных базах данных);
- решения задач, выданных на практических занятиях;
- подготовки к контрольным работам, тестированию и т.д.;
- подготовки к семинарам устных докладов (сообщений);
- подготовки рефератов, эссе и иных индивидуальных письменных работ по заданию преподавателя;
- выполнения курсовых работ, предусмотренных учебным планом;
- выделение наиболее сложных и проблемных вопросов по изучаемой теме, получение разъяснений и рекомендаций по данным вопросам с преподавателями кафедры на их еженедельных консультациях;
- проведение самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний, решения представленных в учебно-методических материалах кафедры задач, тестов;
- написания рефератов и эссе по отдельным вопросам изучаемой темы.
- подготовки к семинарам устных докладов (сообщений);
- подготовки рефератов, эссе и иных индивидуальных письменных работ по заданию преподавателя;
- выполнения курсовых работ, предусмотренных учебным планом;
- выполнения выпускных квалификационных работ и др.
- выделение наиболее сложных и проблемных вопросов по изучаемой теме, получение разъяснений и рекомендаций по данным вопросам с преподавателями кафедры на их еженедельных консультациях;
- проведение самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний, решения представленных в учебно-методических материалах кафедры задач, тестов;
- написания рефератов и эссе по отдельным вопросам изучаемой темы.

Пронумеровано, прошнуровано и скреплено  
печатью 25 листов  
*(Величина листа)*  
*(количество листов)*

Проректор по научной и образовательной  
деятельности АНО ВО «Межрегиональный  
открытый социальный институт»  
*Величина листа* *М.П. Динилов*

