

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Пекаревский Борис Владимирович
Должность: Проректор по учебной и методической работе
Дата подписания: 29.09.2021 14:02:00
Уникальный программный ключ:
3b89716a1076b80b2c167df0f27c09d01782ba84



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный технологический институт
(технический университет)»
(СПбГТИ(ТУ))

Рабочая программа модуля
ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС И ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Направление подготовки
38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Направленность образовательной программы:
МАРКЕТИНГ

Уровень подготовки
Бакалавриат

Форма обучения
Очная

Факультет **Экономики и менеджмента**
Кафедра **Менеджмента и маркетинга**

Санкт-Петербург

2021

Оглавление

1.	Перечень планируемых результатов обучения по модулю, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	3
2.	Место модуля в структуре образовательной программы	6
3.	Объем модуля	6
4.	Содержание модуля	7
4.1.	Разделы модуля и виды занятий	7
4.2.	Занятия лекционного типа	8
4.3.	Занятия семинарского типа	13
4.3.1.	Семинары, практические занятия	13
4.3.2.	Лабораторные работы	21
4.4.	Самостоятельная работа обучающихся	25
4.4.	Курсовое проектирование	29
4.5.	Курсовое проектирование	31
4.5.1.	Порядок выполнения курсовой работы	31
4.5.2.	Темы курсовой работы	32
5.	Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по модулю	32
6.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации	32
7.	Перечень учебных изданий, необходимых для освоения модуля	34
7.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения модуля	35
8.	Методические указания для обучающихся по освоению модуля	36
9.	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по модулю	37
9.1.	Информационные технологии	37
9.2.	Лицензионное программное обеспечение	37
9.3.	Информационные справочные системы	37
10.	Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по модулю	37
11.	Особенности освоения модуля инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья	38

1. Перечень планируемых результатов обучения по модулю, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Соответствие профессиональных стандартов, обобщённых трудовых функций и трудовых функций профессиональной деятельности выпускника программ бакалавриата компетенциям ФГОС по направлению подготовки « МЕНЕДЖМЕНТ»

Профессиональный стандарт	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции			Компетенция	
	код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации	наименование	код
<i>06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации</i>								
	<i>В</i>	<i>Организация продвижения продукции СМИ</i>	<i>6</i>	<i>Организация маркетинговых исследований в области СМИ</i>	<i>В/01.6</i>	<i>6</i>	<i>Способность к формированию и оценке эффективности системы продвижения товаров (услуг) в сети Интернет</i>	<i>ПК-7</i>

В результате освоения образовательной программы бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по модулю:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора	Наименование индикатора достижения компетенции	Дескрипторы
ПК-7	Способность к формированию и оценке эффективности системы продвижения товаров (услуг) организации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПК-7.1	Применение знаний по разработке коммуникационных проектов и мероприятий в сети Интернет	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - тематическая область электронного бизнеса и Интернет-маркетинга - концепция и модели предпринимательской деятельности в Интернет; - анализ и сегментация целевой аудитории; - стратегические аспекты планирования; - Контент-маркетинг; - Социальная коммерция; - Системы веб-аналитики; - Контент-маркетинг; - Таргетированная реклама; - Тактические аспекты продвижения; - E-mail маркетинг. <p>Уметь:</p> <p>Проводить сравнительный анализ информационных сервисов и управление контентом предприятия для этих контент-сервисов</p> <p>Владеть:</p> <p>Навыками разработки коммуникационных проектов и управления контентом предприятия и Интернет-ресурсов.</p>
		ПК-7.2	Выбор рациональных информационных систем и информационно-коммуникативных технологий решения для	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Особенности использования информационных систем и информационно-коммуникативных технологий решения для управления бизнесом; - Принципы исследования объекта экономики и оптимизации его деятельности на основе автоматизации; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Осуществлять оптимизацию организационной, функциональной и информационной структуры предприятия с применением средств автоматизации;

			управления бизнесом	Владеть: - Навыками использования информационно-коммуникативных технологий для решения задач управления бизнеса;
--	--	--	---------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2. Место модуля в структуре образовательной программы

Модуль относится к БЛОКУ 1(Б1.В.01) и изучается на 2 курсах 4, 5 и 6 триместрах.

3. Объем модуля

Вид учебной работы	Всего, академических часов
	Очная форма обучения
Общая трудоемкость модуля (зачетных единиц/ академических часов)	14/504
Контактная работа с преподавателем:	244
1. занятия лекционного типа	38
1.1.занятия лекционного типа 10 триместра	20
1.2.занятия лекционного типа 11 триместра	18
2. занятия семинарского типа, в т.ч. <i>Курсовое проектирование</i>	206 18
2.1.семинары, практические занятия (в том числе практическая подготовка)*	94(20)
2.1.1. практические занятия 10 триместра	48 (10)
2.1.2. практические занятия 11 триместра	46(10)
2.2.лабораторные работы(в том числе практическая подготовка)*	112 (18)
2.2.1. лабораторные работы 10 триместра	57(9)
2.2.2. лабораторные работы 11 триместра	55 (9)
курсовое проектирование (КР или КП)	КР
контроль	36
другие виды контактной работы	
Самостоятельная работа, в т.ч. <i>Курсовое проектирование</i>	224
<i>самостоятельная работа 10 триместра</i>	90
<i>самостоятельная работа 11 триместра</i>	134
Форма текущего контроля (контроль разделов курсовой работы, выполнение индивидуального задания, выполнение лабораторного практикума, решение ситуационных задач, опрос, групповая дискуссия)	Работы по освоению компетенций
Форма промежуточной аттестации (КР, экзамен)	Итоговое тестирование, защита курсовой работы

4. Содержание модуля

4.1. Разделы модуля и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела модуля	Занятия лекционного типа, акад. часы	Занятия семинарского типа, акад. часы		Самостоятельная работа, акад. часы	Формируемые компетенции/индикаторы
			Семинары и/или практические занятия	Лабораторные работы		
1.	Раздел 1. «Разработка архитектуры электронного предприятия. Основные понятия Интернет-маркетинга.»	20	38	48	90	ПК-7/ ПК-7.1
2.	Раздел 2. «Современные технологии и инструменты Интернет-маркетинга.»	18	36	46	134	ПК-7/ ПК-7.2
3.	Раздел 3. «Информационные системы и информационно-коммуникативные технологии решения для управления бизнесом»					
	Итого	38	74	94	224	

4.2.Занятия лекционного типа

№ раздела модуля/ триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
	РАЗДЕЛ 1.Разработка архитектуры электронного предприятия. Основные понятия Интернет-		
1/10	<i>Лекция 1. Тематическая область электронного бизнеса.</i> Понятие электронного бизнеса.Проектирование архитектуры предприятия для электронного бизнеса	2	Слайд-презентация
1/10	<i>Лекция 2. Концепция и модели предпринимательской деятельности.</i> Концепция предпринимательской деятельности в Интернет. Модели предпринимательской деятельности в Интернет. Виды моделей электронного бизнеса. Методики проектирования архитектуры предприятия для электронного предприятия	2	Слайд-презентация
1/10	<i>Лекция 3. Интернет-маркетинг как часть маркетинга. Основные элементы и особенности.</i> Введение. Определение Интернет-маркетинга. Продукт, цена, площадка, продвижение. Методологические источники Интернет-маркетинга (экономика, общая теория маркетинга, партизанский маркетинг) и смежные дисциплины (теория коммуникаций, информационный консалтинг, конкурентная разведка и пр).Пирамида Манна. Базовые концепции маркетинга и его модели. Отличия товаров от услуг. Теория маркетинга. AIDA. Точки контакта клиента и воронка	2	Слайд-презентация
1/10	<i>Лекция 4. Продукт. Поиск и освоение свободных ниш. Анализ и сегментация целевой аудитории.</i> Поиск свободных ниш. Проверка конкурентных запросов в поисковиках. Стоит ли занимать свободные ниши? Анализ востребованности ниши. Высококонкурентные рынки – стоит ли рисковать. Где найти идею. Анализ применимости идеи к России. Анализ конкурентов. Анализ западных стартапов.Процесс сегментации рынка. Экспресс-юзабилити аудит. Аудит сайта.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
	ИТОГО по разделу 1, в т.ч. 10 триместр	8 8	

№ раздела модуля/ триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
	РАЗДЕЛ 2. Современные технологии и инструменты Интернет-маркетинга.		
2/10	<i>Лекция 1. Стратегические и тактические аспекты планирования онлайн продвижения.</i> Стратегические предпосылки. Составляющие digital - стратегии. Тактика продвижения. Целевая аудитория. Сегментирование и позиционирование.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
2/10	<i>Лекция 2-3. Маркетинг в социальных медиа. Социальная коммерция.</i> Задачи, которые решает smm. Особенности smm как канала коммуникации. О площадке: в контакте и facebook. Определения, относящиеся к социальной коммерции. Информационные системы для автоматизации работы в соц. Сетях и блогах. блоги в социальной коммерции. Социальные сети в предпринимательстве и бизнесе. Социальные сети в маркетинге. CRM системы в социальных сетях. Корпоративные соц. Сети. Безопасность работы в социальных сетях.	4	Слайд-презентация, групповая дискуссия
2/10	<i>Лекция 4.Контент-маркетинг.</i> Понятие контента и его типы. Контентная стратегия. Контент-маркетинг в системе интернет-маркетинга. Схемы работы контент-маркетолога.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
2/10	<i>Лекция 5. Таргетированная реклама. Реклама в MyTarget.</i> Основные площадки для таргетированной рекламы. Возможности таргетированной рекламы и примеры такой рекламы. Цели таргетированной рекламы и модель оплаты. Термины и ценообразование в таргетированной рекламе. Обзор рекламного кабинета MyTarget. Ремаркетинг, его виды и требования. Ремаркетинг на игры, группы, поисковые запросы, сайте, списки пользователей. Динамический ремаркетинг.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия

№ раздела модуля/ триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
2/10	Лекция 6. Реклама в Facebook. Начало работы в Facebook. Основные правила прохождения модерации в соц.сетях. Общие рекомендации по составлению компаний и объявлений. Анализ эффективности таргетированной рекламы. Успешные кейсы по таргету в Facebook. Способы пополнения рекламного кабинета Facebook.	4	Слайд-презентация, групповая дискуссия
2/11	Лекция 7. Твиттер+ Инстаграм + Одноклассники. Структура сети и регистрация сообщества (Функция, Вики-страница, Статистика). Особенности сети (способы продвижения). Выбор типа сообщества (план публикации). Основной функционал (автоматизация действий). Статистика и работа с ней (Оформление)	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
2/11	Лекция 8. YouTube для бизнеса. Как YouTube может помочь в маркетинге вашего бизнеса. История YouTube и его целевая аудитория. Типы видео для продвижения вашего бизнеса. Что такое информационные ролики, их типы и способы производства. Что такое обучающее видео, как оно работает и способы производства. Что такое развлекательное видео, вирусное видео и способы производства. Видео профессионального уровня. Когда имеет смысл снимать профессиональное и полупрофессиональное видео. Советы по созданию привлекательных роликов и улучшению содержания видео	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
2/11	Лекция 9 .Pinterest для бизнеса. Концепция Pinterest. Целевая аудитория Pinterest. Pinterest для некоммерческих организаций, B2B-компаний и компаний, функционирующих на базе блога. Как использовать конкурсы, доски, отзывы покупателей, пользовательский контент и видеогалереи для увеличения числа подписчиков. Рекоменда-	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
	ИТОГО по разделу 2, в т.ч. 10 триместр 11 триместр	18 12 6	
	РАЗДЕЛ 3. Информационные системы и информационно-коммуникативные технологии решения для управления бизнесом		

№ раздела модуля/ триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
3/11	<p>Лекция 1. SEO продвижение. История поискового продвижения. Устройство поисковой системы. Ранжирование в поисковой системе. Позиции в поисковой системе и трафик. С니ппеты. Ранжирование. Алгоритмы и факторы. Важная терминология. Таргетинги и синергия.</p>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
3/11	<p>Лекция 2. Контекстная реклама. Принципы работы контекстной рекламы. Рынок контекстной рекламы. Повышение эффективности контекстной рекламы. Показатели эффективности.</p>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
3/11	<p>Лекция 3. GoogleAdwords. Система привлечения клиентов. Причины отсутствия продаж на сайте. Увеличение конверсий посадочной страницы. Целевая аудитория для вашего продукта. УТП (уникальное торговое предложение). Анализ конкурентов в GoogleAdwords. Продающие элементы посадочной страницы. Виды контекстной рекламы. Аукцион GoogleAdwords, показатели качества и расчет цены за клик. Структура аккаунта GoogleAdwords. Настройка и создание компании в GoogleAdwords. Создание групп объявлений и обзор интерфейса GoogleAdwords.</p>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
3/11	<p>Лекция 4. GoogleAdwords для предпринимателей. Алгоритм запуска поисковой рекламной компании. Настройка конверсии. Подбор ключевых слов при помощи инструментов YandexWordstat и планировщика слов GoogleAdwords. Группировка ключевых слов. Типы составления ключевых слов. Минус слова. Составление привлекательных объявлений. Тестирование объявлений в GoogleAdwords. Расширение готовых объявлений.</p>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
3/11	<p>Лекция 5. Yandex Direct. Обзор YandexDirect. Отличие Yandex Direct от Google Adwords. Размещение рекламы на странице поиска Yandex. Аукцион в YandexDirect. Правила размещения рекламы в YandexDirect. Создание аккаунта в YandexDirect и параметры аккаунта. Стратегии в YandexDirect - автоматические и ручные. Дополнительные релевантные фразы в YandexDirect.</p>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия

№ раздела модуля/ триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
3/11	<p><i>Лекция 6. Контекстно-медийная сеть (КМС) в GoogleAdwords.</i> Обзор КМС в Google Adwords. Места размещения КМС. Методы таргетинга в КМС. Форматы объявлений в КМС GoogleAdwords. Создание рекламной компании в КМС с таргетингом на ключевые слова. Исключение в КМС GoogleAdwords. Обзор интерфейса КМС при создании рекламной компании. Создание текстовых объявлений в КМС. Создание графических объявлений в КМС.</p>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
	ИТОГО по разделу 3, в т.ч. 11 триместр	12 12	
	ИТОГО по модулю, в т.ч. 10 триместр 11 триместр	38 20 18	

4.3.Занятия семинарского типа

4.3.1. Семинары, практические занятия

№ раздела модуля/ триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы (в том числе на практическую подготовку)	Примечание
	РАЗДЕЛ 1. Разработка архитектуры электронного предприятия. Основные понятия Интернет-маркетинга.		
1/10	Практическое занятие 1. Курсовое проектирование. Выдача заданий. Выбор предприятия для выполнения курсовой работы План: Выбор предприятия для курсовой работы.	2	Контроль выполнения разделов курсовой работы.
1/10	Практическое занятие 2-3. Практическая подготовка: Решение кейсов. Разбор практических ситуаций. Отработка примеров поиска конкурентных запросов. Примеры удачных и неудачных проектов, рискнувших занять свободные ниши. Обсуждение идей по разработке новых мобильных приложений. Разбор плюсов и минусов популярных мобильных приложений.	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, групповая дискуссия, разбор кейсов.
1/10	Практическое занятие 4. Анализ целевой аудитории. План: Алгоритм сегментирования в2в. ABC - анализ. RFM- анализ. Типовые персонажи	2	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос.
	ИТОГО по разделу 1, в т.ч. 10триместр	8 8	

№ раздела модуля/ триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы (в том числе на практическую подготовку)	Примечание
	РАЗДЕЛ 2. Современные технологии и инструменты Интернет-маркетинга.		
2/10	Практическое занятие 5. Курсовое проектирование. Онлайн продвижение. План: Постановка целей продвижения. Определение Крi. Инструменты и каналы продвижения	2	Контроль выполнения разделов курсовой работы
2/10	Практическое занятие 6. Формирование стратегии продвижения для социальных сетей План: Анализ конкурентов для соц. сетей. Практическая подготовка: выполнение индивидуального задания. Разбор ситуаций. Консультирование по проекту.	2 (2)	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
2/10	Практическое занятие 7. Сообщество соц. сетей. План: Контент для социальных сетей. Частные случаи использования. Кейс практика smm Практическая подготовка: выполнение индивидуального задания. Разбор кейсов. Консультирование по проекту	2 (2)	Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
2/10	Практическое занятие 8. Группы в соц. сетях. План: Продвижение и реклама в социальных сетях. Формирование лояльности аудитории. Практическая подготовка: выполнение индивидуального задания. Разбор кейсов. Консультирование по проекту.	2	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
2/10	Практическое занятие 9. Разработка контент-маркетинга. План: Разработка стратегии контент-маркетинга. Интернет-каналы распространения контента. Практическая подготовка: выполнение индивидуального задания. Разбор кейсов. Консультирование по проекту.	2	Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос

№ раздела модуля/ триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы (в том числе на практическую подготовку)	Примечание
2/10	Практическое занятие 10. Работа в социальных сетях План: CRM системы в социальных сетях	2	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
2/11	Практическое занятие 11. Таргетированная реклама «В контакте». План: Начало работы. Выбор типа/формата рекламы. Практическая подготовка: выполнение индивидуального задания. Разбор кейсов. Консультирование по проекту.	2(2)	Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
2/11	Практическое занятие 12. Таргетированная реклама Вконтакте. План: Шаги объявления в рекламном кабинете Вконтакте. Способы пополнение бюджета в рекламном кабинете Вконтакте. Обзор рекламного кабинета Вконтакте.	2	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
2/11	Практическое занятие 13. Практическая подготовка: выполнение индивидуального проекта. Настройка рекламной кампании в MyTarget. План: создание первой РК и выбор рекламируемого объекта. Создание объявлений в MyTarget. Практическая подготовка: выполнение индивидуального задания. Разбор кейсов. Консультирование по проекту.	2(2)	Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос

№ раздела модуля/ триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад.часы (в том числе на практическую подготовку)	Примечание
2/11	Практическое занятие 14. Настройка рекламной кампании в MyTarget. План: Настройка кампании и выбор таргетинга, UTM метки. Статистика в рекламном кабинете. Практическая подготовка: выполнение индивидуального задания. Разбор кейсов. Консультирование по проекту.	2	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
2/11	Практическое занятие 15. Курсовое проектирование. Создание рекламной компании Facebook. План: Выбор цели рекламы и создание кампании. Шаги по созданию объявлений в Facebook.	2	Контроль выполнения разделов курсовой работы
2/11	Практическое занятие 16. Аудитории Facebook. План: Статистика в рекламном кабинете Facebook. Создание UTM меток.	2	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
2/11	Практическое занятие 17. Создание контент-плана для инстаграм План: Создание контент-плана	2	Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
2/11	Практическое занятие 18. Применение сервисов для продвижения инстаграм План: Сервисы для накрутки лайков и массфоловинга	2	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос

№ раздела модуля/ триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы (в том числе на практическую подготовку)	Примечание
2/11	Практическое занятие 19. Персональный брендинг в соц.сетях План: Построение персонального бренда в социальных сетях	2	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
2/11	Практическое занятие 20. Создание роликов в YouTube. План: определение ЦА и цели ваших роликов. Производство роликов при помощи вебкамеры, настройка разрешения видео и его форматов.	2	Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
2/11	Практическое занятие 21. Раскрутка видео на YouTube План: Встраивание роликов YouTube в ваш сайт/блог и добавление ссылки под видео. Распространение ваших роликов на тематических сайтах, соц.сетях и других видеосайтах. Оптимизация видео для поиска, подбор тегов и ключевых слов.	2	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
2/11	Практическое занятие 22. Профиль Pinterest План: Добавление контента в профиль. Хештеги, лайки, комментарии и тегирование в Pinterest. Способы публикации контента в Pinterest. Оптимизация Пинтерест. Добавление изображений и реклама своего аккаунта.	2	Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
	ИТОГО по разделу 2, в т.ч. 10триместр 11 триместр	36 (4) 12 24(4)	

№ раздела мо- дуля/ три- местр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. час ы (в том числе на практи- ческую подго- товку)	Примечание
РАЗДЕЛ 3. Информационные системы и информационно-коммуникативные технологии решения для управления бизнесом			
3/11	Практическое занятие 23. Сервисные и дополнительные услуги. План: Разработать комплекс сервисных и дополнительных услуг, предлагаемых для подкрепления любых 10 товаров.	2	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
3/11	Практическое занятие 24. Курсовое проектирование. Конкуренты и их позиционирование. План: Выявление конкурентов. Анализ коммуникации конкурентов. Анализ seo.	2	Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
3/11	Практическое занятие 25. Мониторинг. План: Мониторинг smm. Мониторинг форумов/блогов. Мониторинг цен и ассортимента. Мониторинг магазинов на территории СНГ.	2	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
3/11	Практическое занятие 26. Мониторинг. План: Сервис конкурента. Работа с сайтом, текстом, структурой доменов и ПО. Сервисы конкурента	2	Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос

№ раздела модуля/ триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы (в том числе на практическую подготовку)	Примечание
3/11	Практическое занятие 27. Ремаркетинг. План: Ремаркетинг первичный контакт. Ремаркетинг вторичный контакт.	2	Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
3/11	Практическое занятие 28. Яндекс Директ. План: Подбор запросов для Директа. Инструменты. Составление объявлений.	2	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
3/11	Практическое занятие 29. Ключевые слова. План: Разделение ключевых слов. Кросс вычитание.	2	Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
3/11	Практическое занятие 30. Аналитика рекламной компании. План: Аналитика в контекстной рекламе. Анализ посещаемости. Затрат. UTM метки.	2	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
3/11	Практическое занятие 31. Начало работы с GoogleAdwords. План: Вывод после проделанной работы в GoogleAdwords.	2	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос

№ раздела модуля/ триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы (в том числе на практическую подготовку)	Примечание
3/11	Практическое занятие 32. Работа с аккаунтом GoogleAdwords План: Зарегистрировать аккаунт GoogleAdwords. Создать 5 компаний, в каждой по 5 групп объявлений, в группе по 30 ключевых слов	4	Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
3/11	Практическое занятие 33. Работа с ключевыми словами План: Подобрать 90 ключевых слов под ваш товар и разбить их на группы. Найти 3 кейса GoogleAdwords и составить план рекламной компании вашего продукта.	2	Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
3/11	Практическое занятие 34. Работа с рекламным кабинетом. План: Использовать динамическую вставку минимум в 7-ми объявлениях. Проверка составленной рекламной компании по чек-листу	2	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
3/11	Практическое занятие 35. Объявления в КМС. План: Создать рекламную компанию в КМС с таргетингом на ключевые слова. Добавить минимум 90 ключевых слов.	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, консультирование, выполнение разделов курсовой работы
3/11	Практическое занятие 36. Объявления в КМС. План: Создать группы с текстовыми объявлениями. Создать группы с графическими объявлениями.	2	Защита курсовых работ

№ раздела модуля/ триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы (в том числе на практическую подготовку)	Примечание
	ИТОГО по разделу 3, 10 триместр 11 триместр	30 0 30	
	ИТОГО по модулю, в т.ч. 10 триместр 11 триместр	74(8) 38(4) 36(4)	

4.3.2. Лабораторные работы

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы (в том числе на практическую подготовку)*	Примечание
	РАЗДЕЛ 1. Разработка архитектуры электронного предприятия. Основные понятия Интернет-маркетинга.		
1/10	Лабораторная работа 1. Отработка метода SWOT для оценки конкурентов на примере нескольких проектов. Изучение crunchbase.com как площадки для мониторинга западных стартапов. Основы профессиональной работы с поисковыми системами.	2	Отчет по лабораторным работам

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы (в том числе на практическую подготовку)*	Примечание
1/10	Лабораторное занятие 2. Онлайн продвижение. План: Постановка целей продвижения. Определение Крi. Инструменты и каналы продвижения	2	Отчет по лабораторным работам
1/10	Лабораторное занятие 3. Группы в соц. сетях. План: Сообщества и их оформление. Привлечение аудитории. Оценка эффективности в smm	2	Отчет по лабораторным работам
1/10	Лабораторное занятие 4. Разработка контент-маркетинга. План: Внешние каналы распространения контента. Планирование календаря контента и идеи для контента	2	Отчет по лабораторным работам
1/10	Лабораторное занятие 5. Социальные сети План: CRM системы в социальных сетях	2	Отчет по лабораторным работам
	ИТОГО по разделу 1, в т.ч. 10триместр 11 триместр	10 10 0	
	РАЗДЕЛ 2. Современные технологии и инструменты Интернет-маркетинга.		
1/4	Лабораторное занятие 6. Настройка таргетинга. План: Настройка объявлений и их статистика.	4	Отчет по лабораторным работам
1/4	Лабораторное занятие 7. Настройка ретаргетинга. План: Настройка ретаргетинг. установка ретаргетинга из файла.	6	Отчет по лабораторным работам
1/4	Лабораторное занятие 8. Настройка рекламной кампании в интернет-сервисе MyTarget. План: Настройка ретаргетинга в кабинете MyTarget.	2	Отчет по лабораторным работам

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы (в том числе на практическую подготовку)*	Примечание
1/4	Лабораторное занятие 9. Аудитории Facebook. План: Подобрать аудиторию для объявления в Facebook. Создание индивидуальной аудитории Facebook.	4	Отчет по лабораторным работам
1/4	Лабораторное занятие 10. Аудитории Facebook. План: Настройка ретаргетинга в аккаунте Facebook.	4	Отчет по лабораторным работам
1/4	Лабораторное занятие 11. Продажи через Твиттер. План: Поиск в результатах по указанному ключевому слову постов и оставление комментариев к ним со ссылкой или оформленным профилем в сети Твиттер	2	Отчет по лабораторным работам
1/4	Лабораторное занятие 12. Корпоративная страница бизнеса в Google+ План: Создание корпоративной страницы в Google+ для бизнеса с целью привлечения трафика на сайт	2	Отчет по лабораторным работам
1/5	Лабораторное занятие 13. Управление каналом. План: Аннотирование видео	10	Отчет по лабораторным работам
2/10	Лабораторное занятие 14. Раскрутка видео на YouTube План: Создание кампании по рекламе видео на YouTube. Монетизация видео и канала на YouTube.	4	Отчет по лабораторным работам
2/11	Лабораторное занятие 15. Профиль Pinterest План: Создание привлекательного профиля. Основы добавления контента: красивые доски и полезные пины. Создание досок, репостов и пинов.	6	

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы (в том числе на прак- тическую подго- товку)*	Примечание
	ИТОГО по разделу 2, в т.ч. 10триместр 11 триместр		
	РАЗДЕЛ 3. Информационные системы и информационно-коммуникативные технологии ре-		
3/11	Лабораторное занятие 16. Источники клиентов План: Работа в сервисе Publer.Wildo.	6	Выполнение лабораторного практикума
3/11	Лабораторное занятие 17. Источники клиентов План: Электронная книга как источник продаж.	6	Выполнение лабораторного практикума
3/11	Лабораторное занятие 18. Установка счетчика веб-аналитики. План: Создать и установить счетчик Google Analytics и оформить отчет. Настроить	8	Выполнение лабораторного практикума
3/11	Лабораторное занятие 19. Платежи через Интернет План: Создание товара в сервис моментального приема платежей и его продвижение	6	Выполнение лабораторного практикума
3/11	Лабораторное занятие 20. Эффективность продвижения План: оценить эффективность каналов продвижения приложения.	6	Выполнение лабораторного практикума
3/11	Оформление, защита и загрузка отчетов в Портфолио	8	Отчет по лабораторным работам
	ИТОГО по разделу 3, в т.ч. 10триместр 11 триместр	40 0 40	
	ИТОГО по модулю, в т.ч. 10 триместр 11 триместр	94 48 46	

4.4 Самостоятельная работа обучающихся

Содержание самостоятельной работы

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Форма контроля
	РАЗДЕЛ 1 " Разработка архитектуры электронного предприятия. Основные понятия Интернет-маркетинга. "		
1/7	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Тематическая область электронного бизнеса."	8	Устный опрос
1/7	Курсовое проектирование. Выдача заданий. Выбор предприятия для выполнения курсовой работы	6	Контроль выполнения курсовой работы
1/7	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Стратегические и тактические аспекты планирования онлайн продвижения."	4	Устный опрос
1/7	Курсовое проектирование. Онлайн продвижение.	2	Контроль выполнения курсовой работы
1/7	Изучение научной периодики по тематике "Онлайн продвижение."	2	Устный опрос
1/7	Выполнение заданий по теме "Формирование стратегии продвижения для социальных сетей"	2	Устный опрос
1/7	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Маркетинг в социальных медиа."	2	Устный опрос
1/7	Выполнение заданий по теме "Сообщество соц. сетей."	2	Устный опрос
1/7	Изучение научной периодики по тематике "Группы в соц. сетях."	2	Устный опрос
1/7	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Контент-маркетинг."	6	Устный опрос
1/7	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Социальная коммерция."	2	Устный опрос
1/7	Изучение научной периодики по тематике "Социальные сети"	2	Устный опрос
1/7	Выполнение заданий по теме "Работа в социальных сетях"	2	Устный опрос
1/7	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Таргетированная реклама."	2	Устный опрос
1/7	Выполнение заданий по теме "Таргетированная реклама Вконтакте."	2	Устный опрос
1/7	Изучение научной периодики по тематике "Настройка таргетинга."	2	Устный опрос
1/7	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Реклама в MyTarget."	2	Устный опрос
1/7	Выполнение заданий по теме "Настройка рекламной кампании в MyTarget."	4	Устный опрос

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Форма контроля
1/10	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Реклама в Facebook."	2	Устный опрос
1/10	Курсовое проектирование. Создание рекламной компании Facebook.	4	Контроль выполнения курсовой работы
1/10	Изучение научной периодики по тематике "Аудитории Facebook."	2	Устный опрос
1/10	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Твиттер+ Инстаграм + Одноклассники."	2	Устный опрос
1/10	Изучение научной периодики по тематике "Продажи через Твиттер."	2	Устный опрос
1/10	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Google+ ."	2	Устный опрос
1/10	Выполнение заданий по теме "Продвижение в Google+"	2	Устный опрос
1/10	Изучение научной периодики по тематике "Корпоративная страница бизнеса в Google+"	2	Устный опрос
1/10	Выполнение заданий по теме "Персональный брендинг в соц.сетях"	2	Устный опрос
1/10	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "YouTube для бизнеса."	2	Устный опрос
1/10	Выполнение заданий по теме "Создание роликов в YouTube."	2	Устный опрос
1/10	Изучение научной периодики по тематике "Управление каналом."	4	Устный опрос
1/10	Изучение научной периодики по тематике "Раскрутка видео на YouTube"	2	Устный опрос
1/10	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Pinterest для бизнеса" Изучение научной периодики по тематике "Профиль Pinterest"	2	Устный опрос
1/10	Изучение научной периодики по тематике "Профиль Pinterest"	4	Устный опрос
	ИТОГО по разделу 1, в т.ч. 10 триместр	90 90	
	РАЗДЕЛ 2 " Современные технологии и инструменты Интернет-маркетинга."		
2/11	Курсовое проектирование. Анализ трафика.	2	Контроль выполнения курсовой работы
2/11	Выполнение заданий по теме "Источники клиентов"	4	Устный опрос
2/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Системы веб-аналитики."	6	Устный опрос
2/11	Выполнение заданий по теме "Установка счетчика веб-аналитики."	6	Устный опрос

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Форма контроля
2/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Системы электронных платежей"	10	Устный опрос
2/11	Изучение научной периодики по тематике "Платежи через Интернет"	10	Устный опрос
2/11	Выполнение заданий по теме "Электронные счета"	10	Устный опрос
2/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Мобильный электронный бизнес."	4	Устный опрос
2/11	Выполнение заданий по теме "Мобильные приложения"	4	Устный опрос
2/11	Изучение научной периодики по тематике "Эффективность продвижения"	4	Устный опрос
2/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Товарная политика и рынок услуг в интернете."	4	Устный опрос
	ИТОГО по разделу 3, в т.ч.	64	
	11 триместр	64	
	РАЗДЕЛ 3 "Информационные системы и информационно-коммуникативные технологии решения для управления бизнесом"		
3/11	Изучение научной периодики по тематике "Проникновение на зарубежный рынок (Америка)"	2	Устный опрос
3/11	Выполнение заданий по теме "Сервисные и дополнительные услуги."	2	Устный опрос
3/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "SEO продвижение."	2	Устный опрос
3/11	Изучение научной периодики по тематике "Ядро сайта."	2	Устный опрос
3/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Анализ конкурентов"	2	Устный опрос
3/11	Курсовое проектирование. Конкуренты и их позиционирование.	2	Контроль выполнения курсовой работы
3/11	Изучение научной периодики по тематике "Конкуренты и их позиционирование."	2	Устный опрос
3/11	Выполнение заданий по теме "Мониторинг."	2	Устный опрос
3/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Определение ключевых показателей эффективности."	2	Устный опрос
3/11	Изучение научной периодики по тематике "Ремаркетинг."	4	Устный опрос
3/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Контекстная реклама."	2	Устный опрос
3/11	Выполнение заданий по теме "Яндекс Директ."	2	Устный опрос
3/11	Изучение научной периодики по тематике "Настройка Яндекс Директ."	2	Устный опрос
3/11	Выполнение заданий по теме "Аналитика реклам-	2	Устный опрос

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Форма контроля
	ной компании."		
3/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "GoogleAdwords"	6	Устный опрос
3/11	Выполнение заданий по теме "Работа с ключевыми словами"	4	Устный опрос
3/11	Выполнение заданий по теме "Работа с рекламным кабинетом."	4	Устный опрос
3/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Автоматизация в GoogleAdwords."	2	Устный опрос
3/11	Выполнение заданий по теме "Создание правил автоматизации."	2	Устный опрос
3/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "YandexDirect вступление."	2	Устный опрос
3/11	Выполнение заданий по теме "Объявления в КМС."	2	Устный опрос
3/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "СРА и лидогенерация как бизнес"	2	Устный опрос
3/11	Выполнение заданий по теме "Партнерские программы."	2	Устный опрос
3/11	Изучение научной периодики по тематике "Баннерная мобильная реклама"	2	Устный опрос
3/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Медийная (баннерная) реклама."	2	Устный опрос
3/11	Выполнение заданий по теме "Планирование рекламной компании."	2	Устный опрос
3/11	Курсовое проектирование. Запуск баннерной рекламы.	2	Контроль выполнения курсовой работы
3/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Тизерные сети."	2	Устный опрос
	ИТОГО по разделу 3, в т.ч.11 триместр	70 70	
	ИТОГО по модулю в т.ч. 10 триместр	224 90	
	11 триместр	134	

4.4. Курсовое проектирование

Курсовое проектирование по модулю «Электронный бизнес и Интернет-маркетинг» предполагает контактные (практические работы) занятия и самостоятельную работу обучающегося.

Практические работы	38 часов
Самостоятельная работа	60 часов

Контактная работа по выполнению курсовой работы

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы (в том числе на практическую подготовку)*	Самостоятельная работа
	РАЗДЕЛ 1. Разработка архитектуры электронного предприятия. Основные понятия Интернет-маркетинга.		
1/10	Курсовое проектирование. Выдача заданий. Выбор предприятия для выполнения курсовой работы План: Выбор предприятия для курсовой работы.	4	4
1/10	Анализ целевой аудитории. План: Алгоритм сегментирования в2в. ABC - анализ. RFM- анализ. Типовые персонажи	4 (2)	2
	ИТОГО по разделу 1, в т.ч. 10 триместр	8 8(2)	6
	РАЗДЕЛ 2. " Современные технологии и инструменты Интернет-маркетинга		
2/10	Настройка таргетинга. План: Настройка объявлений и их статистика.	4(2)	6
2/10	Настройка ретаргетинга. План: Настройка ретаргетинг. установка ретаргетинга из файла.	8	2

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы (в том числе на практическую подготовку)*	Самостоятельная работа
2/11	Настройка рекламной кампании в интернет-сервисе MyTarget. План: Настройка ретаргетинга в кабинете MyTarget.	2	4
2/11	Аудитории Facebook. План: Подобрать аудиторию для объявления в Facebook. Создание индивидуальной аудитории Facebook.	4	4
2/11	Аудитории Facebook. План: Настройка ретаргетинга в аккаунте Facebook.	4	6
2/11	Продажи через Твиттер. План: Поиск в результатах по указанному ключевому слову постов и оставление комментариев к ним со ссылкой или оформленным профилем в сети Твиттер	2	6
2/11	Корпоративная страница бизнеса в Google+ План: Создание корпоративной страницы в Google+ для бизнеса с целью привлечения трафика на сайт	2 (2)	4
2/11	Управление каналом. План: Аннотирование видео и снабжение ссылками.	2	4
	ИТОГО по разделу 2, в т.ч. 10 триместр 11 триместр	16 12(2) 16 (2)	36 8 28
	РАЗДЕЛ 3. Информационные системы и информационно-коммуникативные технологии ре-		
3/11	Лабораторное занятие 18. Установка счетчика веб-аналитики. План: Создать и установить счетчик Google Analytics и оформить отчет. Настроить цели в Google Analytics.	0	8

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы (в том числе на практическую подготовку)*	Самостоятельная работа
3/11	Лабораторное занятие 19. Платежи через Интернет План: Создание товара в	0	6
3/11	Лабораторное занятие 20. Эффективность продвижения План: оценить эффективность каналов продвижения приложения. Формирование отчета по лабораторному практикуму	2(2)	4
	ИТОГО по разделу 3, в т.ч. 10 триместр 11 триместр	2(2) 0) 2(2)	18 0 18
	ИТОГО по модулю, в т.ч. 10 триместр 11 триместр	38(8) 20 (4) 18 (4)	60 14 46

4.5. Курсовое проектирование

Курсовое проектирование по модулю «Электронный бизнес Интернет-маркетинг» предполагает контактные (практические) занятия и самостоятельную работу обучающегося.

Практические занятия	38 часов
Самостоятельная работа	60 часов

4.5.1. Порядок выполнения курсовой работы

В рамках учебного модуля «Электронный бизнес Интернет-маркетинг» предусмотрено выполнение курсовой работы согласно индивидуальному заданию, представляющей собой выполненную в письменном виде самостоятельную учебную работу обучающегося, раскрывающую теоретические и практические проблемы избранной темы на примере конкретной организации.

В процессе выполнения курсовой работы студенты должны проявить знания и приобрести навыки в области управления контентом предприятия и Интернет-ресурсов, процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов).

Выполнение курсовой работы предполагает углубление и систематизацию полученных знаний в целом и по избранной теме в частности; выработку навыков сбора и обобщения практического материала, работы с первоисточниками; развитие умений применять

полученные знания для решения конкретных научных и практических проблем, формулировать и аргументировать собственную позицию в их решении.

4.5.2. Темы курсовой работы

Обучающийся самостоятельно выбирает направление деятельности нового, проектируемого предприятия.

Требования, которые должно соблюдаться при выборе предприятия:

- Рекомендуется, чтобы деятельность предприятия была связана либо с продажей товаров, либо со сферой оказания услуг;

Руководитель регистрирует тему, утверждает содержание работы, консультирует студента в процессе подготовки, проверяет работу, организует защиту. Работа допускается к защите на основании положительного отзыва руководителя. Защита проводится в соответствии с графиком

В данном виде учебной работы обучающегося присутствуют элементы самостоятельного научного исследования. Работа выполняется по индивидуальным вариантам. Примеры типовых вариантов представлены ниже.

Индивидуальные задания для выполнения курсовой работы

Вариант 1:

Проектирование и создание интернет-магазина для предприятия

Вариант 2:

Разработка интернет-магазина с использованием современных методов для повышения уровня юзабилити сайта для предприятия

Вариант 3:

Управление контентом предприятия и интернет-ресурсами для предприятия

Вариант 4:

Управление контентом предприятия и использование контент-сервисов для предприятия

Вариант 5:

Формирование требований и выбор программного обеспечения для создания интернет-магазина для предприятия

Вариативность заданий на курсовую работу возникает за счет того, что каждый студент, в качестве объекта исследования, по согласованию с преподавателем, выбирает заинтересовавшее его направление деятельности.

- Рекомендуется, чтобы деятельность предприятия была связана либо с продажей продукции, либо с оказанием услуг;

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

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы по модулю и требования по выполнению изложены в СТП СПбГТИ 048-2009. КС УКВД. «Виды учебных занятий. Самостоятельная планируемая работа студентов. Общие требования к организации и проведению» и размещены в электронной информационно-образовательной среде СПбГТИ(ТУ) <https://technolog.bibliotech.ru/Account/OpenID>

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Фонд оценочных средств по модулю представлен в Приложении №1.

Своевременное выполнение обучающимся мероприятий текущего контроля позволяет превысить (достигнуть) пороговый уровень («удовлетворительно») освоения предусмотренных элементов компетенций. Текущий контроль по учебному модулю проводится в форме опроса, контроля разделов курсовой работы, решения ситуационных задач, выполнения лабораторного практикума, прохождения письменного опроса.

Результаты учебного модуля считаются достигнутыми, если для всех элементов компетенций превышен (достигнут) пороговый уровень освоения компетенции на данном этапе.

Промежуточная аттестация по учебному модулю проводится в форме итогового тестирования и защиты курсовой работы.

Итоговый тест предусматривают выборочную проверку освоения предусмотренных элементов компетенций и комплектуются вопросами (заданиями).

При сдаче промежуточной аттестации, обучающийся получает 30 вопросов из перечня вопросов, время работы студента с итоговым тестом - 90 мин.

Тест содержит вопросы по компетенциям, освоение которых необходимо подтвердить.

ПК-7 (ПК – 7.1)

1. Что такое коммуникация?

а) это деятельность, с помощью которой бизнес-организации осуществляют обмен ценностями между собой и своими потребителями.

б) это процесс, в результате которого достигается однозначное восприятие коммуникационного сообщения всеми субъектами, его посылающими и получающими.

в) это отклики получателя, которые возникают в результате контакта с обращением.

г) это пропаганда; реклама; стимулирование сбыта; личная продажа.

2. Как называется незапланированное вмешательство внешней среды или искажения, в результате которых к получателю поступает обращение, отличное от того, что посылал отправитель?

ПРАВИЛЬНЫЙ ОТВЕТ: ПОМЕХИ

3. В модели PR как публицити (publicity/pressagency model) главной целью является

а) пропаганда

б) товар

в) цена

реклама

ПК-7 (ПК – 7.2)

1. Перечислите составляющие интернет – маркетинга:

а) Skype

б) сайт

в) медиа

г) SEO

д) SMM

ф) входящий маркетинг

2. Показатель кликабельности баннеров или других рекламных объявлений (**CTR**), рассчитывается как процентное отношение числа кликов по баннеру к...

- а) Общему количеству баннеров на сайте
- б) Числу его показов**
- в) Числу посетителей
- Размеру баннера

3. Один из видов контент – маркетинга, по форме подачи информации бывает:

- а) социальные сети
- б) текст**
- в) аудио**
- г) видео**
- изображение**

Фонд оценочных средств по модулю представлен в Приложении № 1

7. Перечень учебных изданий, необходимых для освоения модуля

Электронные учебные издания¹:

1. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 570 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3225-6.(ЭБС «Юрайт»);
2. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы: учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 462 с. — (Серия: Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-02457-9. (ЭБС «Юрайт»);
3. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров / Д. В. Тюрин. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 342 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2903-4.(ЭБС «Юрайт»);
4. Данько, Т. П. Управление маркетингом: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 521 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01588-1. (ЭБС «Юрайт»);
5. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9889-4. (ЭБС «Юрайт»);
6. Интернет-маркетинг: учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.]; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 301 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04238-2. (ЭБС «Юрайт»);
7. Маркетинг-менеджмент: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. В. Липсиц [и др.] ; под ред. И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 379 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01165-4. (ЭБС «Юрайт»);
8. Ойнер, О. К. Управление результативностью маркетинга: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. К. Ойнер. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 350 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04642-7. (ЭБС «Юрайт»).

¹ В т.ч. и методические пособия

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения модуля

Официальный сайт СПбГТИ(ТУ) <http://technolog.edu.ru>

Размещены :

- учебный план
- РПМ
- учебно-методические материалы

Электронно-библиотечные системы

1. Электронная библиотека СПбГТИ(ТУ) (на базе ЭБС «БиблиоТех»)

Принадлежность – собственная СПбГТИ(ТУ).

Договор на передачу права (простой неисключительной лицензии) на использования результата интеллектуальной деятельности ООО «БиблиоТех» ГК№0372100046511000114_135922 от 30.08.2011

Адрес сайта – <http://bibl.lti-gti.ru/>

2. Электронная библиотечная система «Юрайт»

Принадлежность – сторонняя.

Договор № 130 (ЕП) 2020 от 01.12.2018

Адрес сайта – <https://urait.ru>

3. E-library.ru – научная электронная библиотека.

Принадлежность – сторонняя.

Договор № SU-676/2021 от 02.12.2020

Адрес сайта – <http://elibrary.ru>

Подписка СПбГТИ (ТУ) ФЭМ содержит 10 журналов:

- ✓ Журнал «Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика»
- ✓ Журнал «Вестник Российского экономического университета им. Г.В.Плеханова»
- ✓ Журнал «Вопросы экономических наук»
- ✓ Журнал «Труд и социальные отношения»
- ✓ Журнал «Управление риском»
- ✓ Журнал «Человеческий капитал и профессиональное образование»
- ✓ Журнал «Экономические стратегии»
- ✓ Журнал «Российский журнал менеджмента»
- ✓ Журнал «Креативная экономика»
- ✓ Журнал «Экономический вектор» (издается ФЭМ СПбГТИ(ТУ), журнал перечня ВАК)

Профессиональные базы данных

1. ПБД ФЭМ Принадлежность – собственная СПбГТИ (ТУ)

Адрес сайта https://gtifem.ru/umr/biblioteka-faylov/?sphrase_id=97#s15

2. Профессиональная информационная система ИТС ПРОФ 1С- обновляемый ресурс, содержащий свыше 1000000 документов, разъяснений и примеров. <http://www.1c.ru/news/info.jsp?id=773>

Принадлежность - сторонняя. Договор № СЛД/СИТ-01343 от 20.03.2014.

Информационные справочные системы

1. Справочная правовая система (СПС) в виде электронного банка правовых материалов «Гарант». Договор №УЗ-14/12 от 28.08.2012- www.garant.ru

2. Справочно-поисковая система «Консультант-Плюс» - www.consultant.ru Принадлежность – сторонняя «Консультант Плюс»
Договор об информационной поддержке от 01.01.2009

Рекомендуемые интернет-ресурсы

1. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" - <http://window.edu.ru>;
2. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов - <http://school-collection.edu.ru>;
3. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов - <http://fcior.edu.ru>
4. Российская национальная библиотека-www.nlr.ru /
5. Российская государственная библиотека.-www.rsl.ru /
6. Агентство деловых новостей «Аргументы и факты». -www.aif.ru /
7. Агентство деловой информации «Бизнес-карта».- www.biznes-karta.ru /
8. Агентство финансовых новостей «Блумберг».- www.bloomberg.com /
9. Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг». -www.rbc.ru /
10. Система дистанционного бизнес-образования -www.businesslearning.ru /

8. Методические указания для обучающихся по освоению модуля

Методическая модель преподавания модуля основана на применении активных методов обучения. Принципами организации учебного процесса являются:

- выбор методов преподавания в зависимости от различных факторов, влияющих на организацию учебного процесса;
- объединение нескольких методов в единый преподавательский модуль в целях повышения эффективности процесса обучения;
- активное участие слушателей в учебном процессе;
- проведение лабораторных занятий, определяющих приобретение навыков решения проблемы;
- написание рефератов и эссе;
- приведение примеров применения изучаемого теоретического материала к реальным практическим ситуациям.

Используемые методы преподавания: занятия лекционного типа с использованием наглядных пособий и раздаточных материалов; метод «мозгового штурма», индивидуальные и групповые задания при проведении лабораторных занятий.

Все виды занятий по модулю «*Электронный бизнес и Интернет-маркетинг*» преподаватели должны проводить в соответствии с требованиями следующих СТП:

- СТП СПбГТИ 040-2002. КС УКДВ. Виды учебных занятий. Лекция. Общие требования;
- СТП СПбГТИ 018-2014. КС УКВД. Виды учебных занятий. Практические и семинарские занятия. Общие требования к организации и проведению.
- СТП СПбГТИ 048-2009. КС УКВД. Виды учебных занятий. Самостоятельная планируемая работа студентов. Общие требования к организации и проведению.
- СТП СПбГТИ 016-2015. КС УКВД. Порядок проведения зачетов и экзаменов.
- СТО СПбГТИ 020-2011. КС УКДВ. Виды учебных занятий. Лабораторные занятия. Общие требования к организации проведения.

– СТО СПбГТИ 044-2012. КС УКВД. Виды учебных занятий. Курсовой проект. Курсовая работа. Общие требования.

– СТО СПбГТИ 018-2014. КС УКДВ. Виды учебных занятий. Семинары и практические занятия. Общие требования к организации и проведению.

– СТП СПбГТИ 045-2004. КС УКВД. Планирование учебного процесса в институте.

Для более глубокого изучения модуля преподаватель предоставляет студентам информацию о возможности использования Интернет-ресурсов по разделам модуля.

Содержание практических занятий определяется календарным тематическим планом, который составляется преподавателем, проводящим эти занятия на основе рабочей программы.

Основными условиями правильной организации учебного процесса для обучающихся является:

- плановость в организации учебной работы;
- серьезное отношение к изучению материала;
- постоянный самоконтроль.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по модулю

9.1. Информационные технологии

В учебном процессе по данному модулю предусмотрено использование информационных технологий:

чтение лекций с использованием слайд-презентаций;

взаимодействие с обучающимися посредством электронной информационно-образовательной среды (ЭИОС СПбГТИ(ТУ)).

9.2. Лицензионное программное обеспечение.

Операционная система Microsoft Windows

Microsoft Office 2010 (Microsoft Word, Microsoft Excel).

«1С:Предприятие», версия 8 (1С: Бухгалтерия предприятия

9.3. Информационные справочные системы

1 Справочно-поисковая система «Консультант-Плюс» - www.consultant.ru

Принадлежность – сторонняя

Договор об информационной поддержке от 01.01.2009

2. Справочная правовая система (СПС) в виде электронного банка правовых материалов «Гарант». Принадлежность – сторонняя

Договор №УЗ-14/12 от 28.08.2012- www.garant.ru

3. Профессиональная информационная система ИТС ПРОФ 1С- обновляемый ресурс, содержащий свыше 1000000 документов, разъяснений и примеров. <http://www.1c.ru/news/info.jsp?id=773> Принадлежность – сторонняя

Договор № СЛД/СИТ-01343 от 20.03.2014.

10. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по модулю

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата. Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определен в рабочих программах модулей.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями обеспечиваются электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Для проведения учебных занятий используется межкафедральная лаборатория «экономической информатики», состоящая из 5 больших компьютерных классов, или лаборатория «информационных технологий», включающая 3 учебные лаборатории с 30 рабочими местами в каждой, и для самостоятельной работы студентов оснащен 1 компьютерный зал. Каждая учебная аудитория на факультете экономики и менеджмента оборудована мультимедийным комплексом, состоящим из компьютера, проектора, экрана. Общее число компьютеров составляет 185 машин.

Все компьютеры объединены во внутреннюю сеть под управлением двух серверов, а также имеют выход в Интернет.

Для выполнения заданий студенты используют пакет программ MicrosoftOffice.

Для обеспечения оперативного информирования и обеспечения необходимой учебной и методической информацией создан интернет портал – gtifem.ru. В рамках данного проекта реализована возможность социальной коммуникации между студентами и преподавателями, организован доступ к учебной литературе, к обсуждению и реализации разного рода проектов не только в рамках учебного процесса, но и в социально-общественной жизни студентов.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

11. Особенности освоения модуля инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья

Специальные условия обучения и направления работы с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее - обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья) определены на основании:

- Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федерального закона от 24.11.1995 № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»;
- приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
- методических рекомендаций по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенные образовательного процесса, утвержденных Минобрнауки России 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями учебный процесс осуществляется в соответствии с Положением об организации учебного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья СПбГТИ(ТУ), утвержденным ректором 28.08.2014 г.

Под специальными условиями для получения образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения, воспитания и развития таких обучающихся, включающие в себя использование при необходимости адаптированных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего необходимую помощь, проведение групповых и индивидуальных

коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания вуза и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

Обучение в рамках учебного модуля обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется институтом с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Обучение по учебному модулю обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

В целях доступности обучения по модулю обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- наличие альтернативной версии официального сайта института в сети «Интернет» для слабовидящих;
- весь необходимый для изучения материал, согласно учебному плану (в том числе, для обучающихся по индивидуальным учебным планам) предоставляется в электронном виде на диске.
- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
- обеспечение возможности выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- обеспечение доступа обучающегося, являющегося слепым и использующего собаку-проводника, к зданию института.

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- наличие микрофонов и звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования (аудиоколонки);

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия должны обеспечивать возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и других приспособлений).

Перед началом обучения могут проводиться консультативные занятия, позволяющие обучающимся с ограниченными возможностями адаптироваться к учебному процессу.

В процессе ведения учебного модуля профессорско-преподавательскому составу рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи обучающимся с ограниченными возможностями здоровья в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в учебной группе.

Особенности проведения текущей и промежуточной аттестации по модулю для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и другое). При необходимости предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.