

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 18.09.2023 11:05:50  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Интернет-маркетинг

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки/Специальность	09.03.02
Направленность (профиль)/Специализация	Информационные системы и технологии
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма(-ы) обучения	очная

Учебная дисциплина «Интернет-маркетинг» изучается в седьмом семестре.  
Курсовая работа/Курсовой проект – не предусмотрен(а)

#### 1.1. Форма промежуточной аттестации:

экзамен

#### 1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Интернет-маркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:

– WEB-технологии в бизнесе.

Результаты обучения по учебной дисциплине, используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

– Экономическое развитие и цифровая трансформация.

Результаты освоения учебной дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении учебной/производственной практики и (или) выполнении выпускной квалификационной работы.

#### 1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целью изучения дисциплины «Интернет-маркетинг» является:

– формирование у студентов знаний, навыков и компетенций, необходимых для организации эффективного продвижения компаний и продуктов в сети Интернет.

– формирование у обучающихся компетенции(-й), установленной(-ых) образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине/модулю;

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенции(й) и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю
ПК-4. Способен применять систему	ИД-ПК-4.2 Принятие решений в сфере	– Знает источники

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю
управления при реализации IT-проектов	<p>продвижения продукции и услуг при реализации IT-проектов</p> <p>ИД-ПК-4.4 Осуществление взаимодействия с заинтересованными сторонами IT-проекта, управление коммуникациями и распространением информации, относящейся к проекту</p>	<p>маркетинговой информации в сети Интернет;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Знает виды и особенности применения различных инструментов интернет маркетинга;</li> <li>– Знает методы прогнозирования спроса при помощи инструментов интернет-маркетинга;</li> <li>– Знает программные продукты и сервисы, используемые в интернет-маркетинге;</li> <li>– Умеет использовать источники маркетинговой информации в сети Интернет для разработки стратегии маркетинга и принятия маркетинговых решений;</li> <li>– Умеет настраивать различные системы интернет рекламы и веб-аналитики.</li> <li>– Умеет разрабатывать планы рекламных кампаний в цифровых каналах коммуникации;</li> <li>– Умеет выстраивать отношения с подрядчиками услуг по интернет-маркетингу.</li> </ul>
ПК-5. Способен прогнозировать стратегию развития организации при реализации IT-проектов	ИД-ПК-5.3 Реализация методов цифровизации при планировании работ на основе проектного управления	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Знает типы маркетинговых стратегий и задач, решаемых с помощью инструментов интернет-маркетинга;</li> <li>– Знает этапы работ при реализации маркетинговых задач в цифровой среде;</li> <li>– Умеет строить и интерпретировать отчеты об эффективности использования инструментов интернет маркетинга</li> <li>– Владеет навыками разработки стратегии интернет маркетинга и выбора каналов цифровых коммуникаций для выполнения задач маркетинговой стратегии.</li> </ul>

Общая трудоёмкость учебной дисциплины/модуля по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	4	<b>з.е.</b>	144	<b>час.</b>
---------------------------	---	-------------	-----	-------------