Пермский филиал федерального государственного автономного образовательное учреждение высшего образования "Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики"

Программа учебной дисциплины «Введение в интернет-маркетинг»

Утверждена
Академическим советом образовательной программы «Менеджмент» направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, образовательных программ «Маркетинг» и «Управление проектами: проектный анализ, инвестиции, технологии реализации» направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, образовательной программы «Государственное и муниципальное управление» направления подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление

Протокол № 8.2.2.1-34-08/06 от 29.08.2019

Академический руководитель ОП

_____ Шафранская И.Н.
Подпись ФИО

Разработчик	Пигалев Егор Александрович, преподаватель, департамент менеджмента
Число кредитов	3
Контактная работа (час.)	28
Самостоятельная работа (час.)	86
Образовательная программа, курс	«Smart-маркетинг: данные, аналитика, инсайты» 1
Формат изучения дисциплины	без использования онлайн курса

1. Цель, результаты освоения дисциплины и пререквизиты

Целью(ями) освоения дисциплины «Введение в Интернет-маркетинг» являются:

- формирование представления у студентов о системе деятельности при продвижении товаров и услуг посредством Интернет;
- формирование опыта применения основных инструментов Интернет, используемыми для целей продвижения.

Настоящая дисциплина относится к адаптационным дисциплин программы.

Формат изучения дисциплины: без использования онлайн курса.

В результате освоения дисциплины «Введение в интернет-маркетинг» студенты формируют следующие компетенции:

Код	Формулировка компетенций
УК-3	Способен к самостоятельному освоению новых методов исследования, изменению научного и производственного профиля своей деятельности
УК-6	Способен анализировать, верифицировать, оценивать полноту информации в ходе профессиональной деятельности, при необходимости восполнять и синтезировать недостающую информацию
УК-7	Способен организовать многостороннюю коммуникацию и управлять ею
ОПК-3	Способен определять, транслировать общие цели в профессиональной и социальной деятельности
ОПК-4	Способен к осознанному выбору стратегий межличностного взаимодействия
ОПК-5	Способен разрешать мировоззренческие, социально и личностно значимые проблемы
ОПК-8	Способен создавать и описывать технологические требования и нормативы профессиональной деятельности и ответственно контролировать их выполнение
ПК-3	Способен выбирать инструментальные средства, современные технические средства и информационные технологии для обработки информации в соответствии с поставленной научной задачей в сфере управления
ПК-4	Способен анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы в соответствии с поставленной научной задачей в сфере управления
ПК-13	Способен планировать и осуществлять проекты и мероприятия, направленные на реализацию стратегий организации
ПК-14	Способен разрабатывать программы организационного развития и обеспечивать их реализацию

В результате освоения учебной дисциплины, студенты должны владеть следующими знаниями, умениями и навыками:

- знать особенности применения интернет-сервисов для целей маркетинга и рекламы;
- уметь настроить рекламную кампанию в интернет-сервисах;
- владеть навыками подбора контента для реализации рекламной кампании.

2. Содержание учебной дисциплины

Темы, объем часов и планируемые результаты обучения представлены в таблице.

Разделы / темы дисциплины	Объем в часах				Планируемые результаты обучения (ПРО), подлежащие контролю	Формы контроля
	лк	см	ср	onl		
Раздел 1. Основы интернет-маркетинга	10	18	86		Например: подбирает и разрабатывает основные инструменты онлайн-продвижения	Например: домашняя работа (решение кейса)
Часов по видам учебных занятий:	10	18	86			

Формы учебных занятий:
лк – лекции в аудитории;
см - семинары/ практические занятия/ лабораторные работы в аудитории;
onl – лекции или иные виды работы студента с помощью онлайн-курса;
ср – самостоятельная работа студента.

Содержание разделов дисциплины:

Раздел 1. Введение в интернет-маркетинг.

Тема 1. Проектирование сайта.

Сайт как носитель маркетинговой информации. Особенности разработки сайта. Работа с конструкторами сайта. Поисковая оптимизация.

Тема 2. Контекстная реклама.

Подбор ключевых слов. Разработка сообщения. Аналитика контекстных рекламных кампаний.

Тема 3. Таргетированная реклама.

Основы таргетинга. Сервисы таргетинга. Таргетинг в социальных сетях.

3. Оценивание

Текущий контроль по дисциплине «Введение в интернет-маркетинг» включает в себя следующие элементы:

- Домашняя работа – решение кейса по интернет-маркетингу.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводиться в форме экзамена. Экзамен проводиться в письменном виде в тестовом формате.

Оценка по дисциплине ($O_{дисциплине}$) определяется, как взвешенная сумма оценок по всем видам контроля и рассчитывается по следующей формуле:

$$O_{дисциплине} = q_1 * O_{ЭК1} + q_2 * O_{ЭК2} + q_3 * O_{ЭК3}$$

где $O_{ЭК1}$ – оценка за домашнее задание;
$O_{ЭК2}$ – оценка за работу на семинарских занятиях;
$O_{ЭК3}$ – оценка за эссе;

$q_1 – 0.8$
$q_2 – 0.1$
$q_2 – 0.1$

Способ округления – арифметический.

Критерии оценивания

Домашнее задание

	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Качество подбора инструментов	Инструменты подобраны полностью неверно	Большая часть инструментов подобрана неверно	Большая часть инструментов подобрана верно	Инструменты подобраны полностью верно
Наличие расчетов, обосновывающих подбор инструментов	Расчеты полностью отсутствуют	Определен только показатель охвата для каждого инструмента	Определены только CPM и CPC, расчеты произведены с ошибками	Определены все показатели, расчеты произведены верно
Качество оформления работы	Низкое	Среднее	Среднее	Высокое

4. Примеры оценочных средств

Примеры задания для выполнения группового проекта:
Группа 1. Доставка продуктов из супермаркета https://domoidostavim.ru/
Цель: привлечь новых пользователей, которые еще не заказывали.
Многие боятся заказывать из-за того, что думают, что привезут некачественный товар из магазина.
Бюджет: 150 т.р. в месяц.
Интересны и Пермь и Екатеринбург, но больше Пермь.

Группа 2. Доставка снеков https://kdvonline.ru/
Цель: увеличить долю заказов от b2b.
Обычно небольшие компании заказывают печенье и снеки для перекусов сотрудников.
Бюджет: 400 т.р. в месяц
Работаем по РФ, начнем с ПФО, а там посмотрим. Если есть более конкретные предложения - готовы рассмотреть.

Примеры вопросов на семинарском занятии:

1. Какие задачи интернет-маркетинга можно решить с помощью Google Рекламы?
2. Как и где следует размещать CtA?
3. Какие инструменты позволяют повысить результаты поиска?

5. Ресурсы

5.1. Рекомендуемая основная литература

№п/п	Наименование
1.	Г.Загребельный, М.Боровик, Т.Меркулович, И.Фролкин. Performance-маркетинг: Заставьте интернет работать на вас. – М.: Альпиша Паблишер, 2016. Доступ через электронную библиотеку НИУ ВШЭ, для перехода по ссылке нужна авторизация в системе удаленного доступа ресурса. https://hse.alpinadigital.ru/book/9528

5.2. Рекомендуемая дополнительная литература

№п/п	Наименование
1.	Справочные и образовательные системы платформ и социальных сетей Яндекс https://yandex.ru/support/metrika/ https://yandex.ru/support/webmaster https://yandex.ru/support/audience https://yandex.ru/support/direct Google https://www.thinkwithgoogle.com/ https://analytics.google.com/analytics/academy/ https://support.google.com/adwords/ https://support.google.com/webmasters/ Вконтакте https://vk.com/adsnews https://vk.com/blog?category=32 https://vk.com/dev

5.3. Программное обеспечение

№п/п	Наименование	Условия доступа
1.	MS Office 2010	Из внутренней сети НИУ ВШЭ - Пермь (договор)

5.4. Профессиональные базы данных, информационные справочные системы, интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)

№п/п	Наименование	Условия доступа
1.	Электронно-библиотечные ресурсы	По подписке НИУ ВШЭ

5.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения лекций и семинаров по дисциплине необходимо наличие ноутбука (компьютера) с установленным пакетом Microsoft® PowerPoint, мультимедийного проектора и аудиооборудования. Для выполнения самостоятельной работы необходим компьютер с подключением к сети Интернет.

6. Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося), а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

6.1.1. *для лиц с нарушениями зрения:* в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

6.1.2. *для лиц с нарушениями слуха*: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

6.1.3. *для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата*: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

7. Дополнительные сведения

Особенности самостоятельной работы по курсу отражены в Приложении 1.