

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ильшат Ринатович Мухаметов

Должность: директор

Дата подписания: 13.07.2023 15:15:48

Уникальный программный ключ:

aba80b84033c9ef19b188e7ea0434f90a83a40954ba270e84b5c6e6402d1d8d0

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Казанский национальный исследовательский технический университет

им. А.Н. Туполева-КАИ»

(КНИТУ-КАИ)

Чистопольский филиал «Восток»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ РАБОТАМ

по дисциплине

**ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОДВИЖЕНИИ ТОВАРОВ
И УСЛУГ**

Индекс по учебному плану: **ФТД.02**

Направление подготовки: **38.03.01 Экономика**

Квалификация: **Бакалавр**

Профиль подготовки: **Экономика малого и среднего предпринимательства**

Вид профессиональной деятельности: **расчетно-экономический**

Рекомендовано УМК ЧФ КНИТУ-КАИ

Чистополь
2023 г.

Целью самостоятельной работы обучающихся является обучение навыкам работы с научно-теоретической литературой и практическими материалами, необходимыми для углубленного изучения дисциплины, а также развитие у них устойчивых способностей к самостоятельному изучению и изложению полученной информации.

Учебным планом предусмотрена самостоятельная работа студентов:

Таблица – Объем дисциплины по разделам

№ п/п	Наименование изучаемого раздела	Всего	Объем дисциплины для самостоятельной работе
1	Понятие и структура интернет-маркетинга	4	2
2	Интернет-реклама: понятие, специфика, роль, цели и задачи	4	2
3	Поисковая оптимизация	4,25	2,25
4	Интернет-маркетинг в социальных сетях	4,4	2,4
5	Вирусный маркетинг	4	2
6	Контекстная реклама	5	3
7	Баннерная реклама	5	3
8	E-mail реклама	5	3

1 Понятие и структура интернет-маркетинга

Цели и задачи учебной дисциплины. Место и роль дисциплины в системе подготовки специалистов в области инноваций. Понятие «интернет-маркетинг», история явления, структура и ее характеристики, актуальность изучения и применения инструментария в современной экономической ситуации.

2 Интернет-реклама: понятие, специфика, роль, цели и задачи

Виды интернет-рекламы и способы их классификации. Различия в задачах, решаемых с помощью различных видов интернет-рекламы. Структура, этапы и проблемы реализации комплексной рекламной кампании в Интернете. Типы рекламных кампаний, их целевая аудитория, медиапланирование.

3 Маркетинговые исследования в Интернете

Сущность и особенности маркетинговых исследований в Интернете. Виды маркетинговых исследований в Интернете, методы получения и анализа информации. Инструментарий и способы анализа целевой

аудитории в Интернете. Конкурентная разведка в Интернете, бенчмаркинг.

4 Поисковая оптимизация

Регистрация в поисковых системах и поисковая оптимизация. Понятие и цели поисковой оптимизации. Методы поисковой оптимизации. Основные понятия и рекомендации по увеличению релевантности веб-ресурса. Создание оптимизированного контента сайта, разработка текстов ссылок и описаний. Повышение индекса цитирования. Участие в рейтингах и регистрация в каталогах. Обмен ссылками. Использование методов спамдексинга.

5 Интернет-маркетинг в социальных сетях

Интернет-маркетинг в социальных сетях и блогах. Основные понятия и структура социальных сетей. Сущность, цели и задачи SMM. Проблемы и тенденции развития.

6 Вирусный маркетинг

Понятие и принципы вирусного маркетинга. Алгоритм распространения вирусного контента. Особенности методов оценки эффективности вирусных рекламных акций. Анализ наиболее успешных примеров вирусной рекламы, выделение проблем данного вида интернет-рекламы. Вирусный маркетинг и соблюдение прав пользователей на частную жизнь.

7 Контекстная реклама

Виды, принципы и преимущества контекстной рекламы. Сети предлагающие услуги контекстной рекламы. Поисковая реклама как частный случай контекстной, определение, особенности. Методы ценообразования в поисковой рекламе, способы повышения эффективности.

8 Баннерная реклама

Баннерная реклама. Понятие баннерной рекламы. Технологии баннерной рекламы. Практика использования баннерной рекламы. Достоинства и недостатки баннерного обмена. Эффект выгорания

баннерной рекламы, баннерная слепота. Повышение эффективности баннерной рекламы.

9 E-mail реклама

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

10 Анализ эффективности интернет-рекламы

Анализ эффективности интернет-рекламы. Основные термины и показатели эффективности интернет-рекламы. Методы сбора информации, используемой для анализа. Критерии эффективности рекламы. Методы анализа эффективности рекламы. Проведение анализа эффективности рекламной кампании.

Основная литература

1. Юрасов, А. В. Интернет-маркетинг / А. В. Юрасов, А. В. Иванов ; под редакцией А. В. Юрасова. - Москва : Горячая линия-Телеком, 2016. - 246 с. - ISBN 978-5-9912-0165-0. - Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. - URL: <https://e.lanbook.com/book/111121>. - Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2020. - 301 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-04238-2. - Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/450115>.

3. Сковиков, А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция : учебное пособие / А. Г. Сковиков. - Санкт-Петербург : Лань, 2019. - 260 с. - ISBN 978-5-8114-3703-0. - Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. - URL: <https://e.lanbook.com/book/119637>. - Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Ермолова, Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ [Электронный ресурс]: пособие / Наталия Ермолова. - М.: Альпина Паблишер. 2013. - 357 с. // ZNANIUM.COM : электроннобиблиотечная система. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. - Загл. с экрана.

Дополнительная литература

1. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. - Москва : Издательство Юрайт, 2019. - 372 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-

2452-7. - Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/425884>.

2. Байматова, Е. В. Электронная коммерция : учебное пособие / Е. В. Байматова, В. Г. Шадрин, М. А. Шемчук. - Кемерово : КемГУ, 2016. - 98 с. - ISBN 978-5-89289-948-2. - Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. - URL: <https://e.lanbook.com/book/102660>. - Режим доступа: для авториз. пользователей.

Методическая литература к выполнению практических и/или лабораторных работ

1. Методические указания по лабораторным работам по дисциплине «Информационные технологии в продвижении товаров и услуг» в электронном виде (место хранения – библиотека ЧФ КНИТУ-КАИ).

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», профессиональных баз данных, информационно-справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

1. Электронно-библиотечная система учебной и научной литературы. URL: <https://e.lanbook.com/>.

2. Электронно-библиотечная система учебной и научной литературы. URL: <http://znanium.com/>.

3. Электронно-библиотечная система учебной и научной литературы. URL: <https://urait.ru/>.

4. Научно-техническая библиотека КНИТУ-КАИ. URL: <https://kai.ru/web/naucno-tehniceskaa-biblioteka>

5. Единое окно доступа к информационным ресурсам. URL: <http://window.edu.ru>.