

Министерство образования и науки Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
Кафедра прикладной информатики

Рабочая программа по дисциплине

**ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ В РЕКЛАМЕ
И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования программы бакалавриата по направлению
подготовки

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль): **Реклама и связи с общественностью**

Квалификация:

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Согласовано
Руководитель ОПОП
«Реклама и связи с общественностью»

 Фейлинг Т.Б.

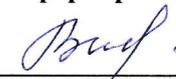
Утверждаю
Председатель УМС  И.И. Палкин

Рекомендована решением
Учебно-методического совета
19 июня 2018 г., протокол № 4

Рассмотрена и утверждена на заседании
кафедры
15.02 2018 г., протокол № 2

Зав. кафедрой  Истомин Е.П.

Автор-разработчик:

 Векшина Т.В.

Санкт-Петербург 2018

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Главной целью дисциплины «Интернет-маркетинг в рекламе и связях с общественностью» является подготовка квалифицированных специалистов, владеющих современными знаниями в области информационных систем, способных решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Задачи курса: познакомить студентов с основными возможностями программных продуктов, этапами и направлениями развития информационной культуры в рыночной экономике; дать понятие информационных продуктов и сервисных программ.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Интернет-маркетинг в рекламе и связях с общественностью» относится вариативной части ОПОП. Программа курса строится на предпосылке, что студенты владеют базовыми знаниями основных принципов работы с компьютером как средством управления информацией, а также работы в офисных и графических пакетах.

Курс в объеме 3-х зачетных единиц, 108 часов общей трудоемкости, читается на третьем курсе в пятом семестре.

Дисциплина является базовой для дисциплин: «Социальная реклама», а также для написания выпускной квалификационной работы.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код компетенции	Компетенция
ОПК-6	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ПК-1	способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

В результате освоения компетенций в рамках дисциплины «Интернет-маркетинг в рекламе и связях с общественностью» обучающийся должен:

Код компетенции	Результаты обучения
ОПК-6	Знать: <ul style="list-style-type: none">– методы работы с программным обеспечением по представлению, хранению и анализу экономических данных;– основные принципы поиска и использования информации в современных прикладных информационных системах.

	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных задач; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
ПК-1	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методы использования современных информационных систем управления и технологий обработки данных; – методы оценок эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью; – осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью;

Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания

Этап (уровень) освоения компетенции	Основные признаки проявленности компетенции (дескрипторное описание уровня)				
	1.	2.	3.	4.	5.
минимальный	не владеет	слабо ориентируется в терминологии и содержании	Способен выделить основные идеи текста, работает с критической литературой	Владеет основными навыками работы с источниками и критической литературой	Способен дать собственную критическую оценку изучаемого материала
	не умеет	не выделяет основные идеи	Способен показать основную идею в развитии	Способен представить ключевую проблему в ее связи с другими процессами	Может соотнести основные идеи с современными проблемами
	не знает	допускает грубые ошибки	Знает основные рабочие категории, однако не ориентируется в их специфике	Понимает специфику основных рабочих категорий	Способен выделить характерный авторский подход
базовый	не владеет	плохо ориентируется в терминологии и содержании	Владеет приемами поиска и систематизации, но не способен свободно изложить материал	Свободно излагает материал, однако не демонстрирует навыков сравнения основных идей и концепций	Способен сравнивать концепции, аргументированно излагает материал
	не умеет	выделяет основные идеи, но не видит проблем	Выделяет конкретную проблему, однако излишне упрощает ее	Способен выделить и сравнить концепции, но испытывает сложности с их практической привязкой	Аргументированно проводит сравнение концепций по заданной проблематике
	не знает	допускает много ошибок	Может изложить основные рабочие категории	Знает основные отличия концепций в заданной проблемной области	Способен выделить специфику концепций в заданной проблемной области
продвинутый	не владеет	ориентируется в терминологии и содержании	В общих чертах понимает основную идею, однако плохо связывает ее с существующей проблематикой	Видит источники современных проблем в заданной области анализа, владеет подходами к их решению	Способен грамотно обосновать собственную позицию относительно решения современных проблем в заданной области
	не умеет	выделяет основные идеи, но не видит их в развитии	Может понять практическое назначение основной идеи, но затрудняется выявить ее основания	Выявляет основания заданной области анализа, понимает ее практическую ценность, однако испытывает затруднения в описании сложных объектов анализа	Свободно ориентируется в заданной области анализа. Понимает ее основания и умеет выделить практическое значение заданной области
	не знает	допускает ошибки при выделении рабочей области анализа	Способен изложить основное содержание современных научных идей в рабочей области анализа	Знает основное содержание современных научных идей в рабочей области анализа, способен их сопоставить	Может дать критический анализ современным проблемам в заданной области анализа

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет
 для набора 2016, 17, 18 гг. - 3 зачетные единицы, 108 часов;
 для набора 2015г. - 2 зачетные единицы, 72 часа

*Объем дисциплины (модуля) по видам учебных занятий
 в академических часах)*

Объем дисциплины	Всего часов		
	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
Общая трудоёмкость дисциплины	108	-	-
Контактная работа обучающихся с преподавателям (по видам аудиторных учебных занятий) – всего:	48	-	-
в том числе:		-	-
лекции	16	-	-
практические занятия	32	-	-
Лабораторные	-	-	-
Самостоятельная работа (СРС) – всего:	60	-	-
в том числе:	-	-	-
курсовая работа	-	-	-
контрольная работа	-	-	-
Вид промежуточной аттестации (зачет/экзамен)	зачет	-	-

4.1. Структура дисциплины

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, в т.ч. самостоятельная работа студентов, час.			Формы текущего контроля успеваемости	Занятия в активной и интерактивной форме, час.	Формируемые компетенции
			Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самост. работа			
1.	Определение и основные понятия интернет-маркетинга		4	8	15	Устный опрос, дискуссия, выполнение задания	8	ОПК-6, ПК-1

2.	Разработка Интернет-стратегии компаний		4	8	15	Устный опрос, дискуссия, выполнение задания	8	ОПК-6, ПК-1
3.	Сайт как эффективный инструмент маркетинга		4	8	15	Устный опрос, дискуссия, выполнение задания	8	ОПК-6, ПК-1
4.	Продвижение сайта		4	8	15	Устный опрос, дискуссия, выполнение задания	8	ОПК-6, ПК-1
	ИТОГО		16	32	60			

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Определение и основные понятия интернет-маркетинга

Комплекс Интернет-маркетинга. Конвергенция элементов комплекса маркетинга. Особенности и преимущества Интернет-маркетинга. Психологические и социологические характеристики Internet. Становление сетевого сообщества. Модели поведения посетителей сайтов. Информационная безопасность.

Тема 2. Разработка Интернет-стратегии компаний

Этапы разработки стратегии. Исследования при планировании Интернет-стратегии компании. Анализ целевых аудиторий компании в сети Интернет. Анализ конкурентной среды. Правовое регулирование электронных сообщений. Правовая оценка рекламы. Медиапланирование в Интернет. Оценка эффективности рекламной компании. Создание проектов. Сетевой график. Критический путь.

Тема 3. Сайт как эффективный инструмент маркетинга

Выбор имени домена. Типы сайтов. Инструменты работы с аудиторией. Правовые аспекты сайта. Шаблоны сайтов. Ознакомление с программной средой. Язык гипертекстовой разметки. Основные теги HTML. Порядок следования открывающих и закрывающих тегов. Атрибуты тегов. Блочные элементы. Строчные элементы. Метаданные HTML-страницы.

Тема 4. Продвижение сайта

Поисковые машины и каталоги. Баннер как носитель имиджевой рекламы. Разработка рекламной WEB-страницы. Структура WEB-страницы. Заголовки и текст. Видоизменение текста. Формулы и вставки. Изображения на WEB-странице. Выравнивание изображений. Форматирование WEB-страницы. Основные направления e-mail маркетинга. Навигационные сайты

4.3. Практические занятия, их содержание

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий	Форма проведения	Формируемые компетенции
-------	----------------------	-------------------------------	------------------	-------------------------

	п.лины			
1	1	Разработка проекта и подготовка его презентации. Обсуждение проектов.	Лабораторное занятие на компьютере	ОПК-6 ПК-1
2	2	Знакомство с HTML Разработка рекламной WEB-страницы	Лабораторное занятие на компьютере	ОПК-6 ПК-1
3	3	Планирование сайта	Лабораторное занятие на компьютере	ОПК-6 ПК-1
4	4	Шаблоны сайтов	Лабораторное занятие на компьютере	ОПК-6 ПК-1

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов и оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

5.1. Текущий контроль

Для текущего контроля знаний используются следующие средства:

- доклады;
- эссе;
- дискуссии;
- устные опросы.

5.2. Методические указания по организации самостоятельной работы

Во время самостоятельной работы студенты готовят сообщения, доклады, эссе по темам дисциплины.

Основой доклада студента на семинаре являются определения (смысл) терминов, связанных с развитием информационного общества, его характерных свойств. Все используемые термины должны быть понятны докладчику. Он обязан пояснить их в случае появления вопросов.

Тема доклада выбирается студентом из перечней, приведенных в конце каждого раздела. Формулировка наименования доклада согласовывается с преподавателем. Тема может быть и оригинальной, и инновационной идеей, в частности.

Объем доклада должен быть таким, чтобы выступление длилось в пределах 15 минут, т.е. порядка 7-9 стр. текста шрифта 14' через 1,5 интервала на листе А4 с полями 2 см со всех сторон.

Структура доклада:

- наименование и автор,
- содержание (заголовки частей),
- введение (важность предлагаемой темы),
- суть изложения (главные мысли и утверждения с их обоснованием),
- фактический материал, факты, официальные сведения,
- личное отношение докладчика к излагаемому материалу,
- заключение (вывод, резюме, гипотеза, конструктивное предложение),
- список использованных источников.

Конструктивным является утверждение, предложение, критика, если все они содержат действие, реализуемое в существующих условиях. Доклад – это рационально, логично построенное повествование, имеющее целью убедить слушателей в обоснованности предлагаемых их вниманию утверждений и их следствий.

Эссе – краткое свободное прозаическое сочинение, рассуждение небольшого объёма. Эссе выражает индивидуальные впечатления и соображения автора по конкретному вопросу и заведомо не претендует на определённую или исчерпывающую трактовку темы. Эссе предполагает субъективное мнение о чем-либо. Эссе должно содержать чёткое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

СРС в общем состоит в повторении по конспекту лекционного материала, а также в получении дополнительных сведений из рекомендованной учебной литературы.

Аудиторная СРС

Выполнение обучающимися практических заданий подразумевает высокую долю самостоятельной работы. На каждом занятии (исключая контрольные) студент получает методическое пособие с подробно описанной технологией решения поставленной задачи. При таком способе организации занятия преподаватель выступает в качестве консультанта и отвечает каждому обучающемуся на возникающие у него вопросы, что гарантирует индивидуальный подход к каждому студенту.

Контроль аудиторной самостоятельной работы осуществляется преподавателем в конце каждого практического занятия выставлением 0,5 балла в случае успешного выполнения задания.

Внеаудиторная СРС

В качестве внеаудиторной СРС студентам любой степени подготовки предлагается подготовка рефератов и выступлений (демонстрация презентаций) по следующим темам:

1. Информационные технологии управления: основные понятия, терминология и классификация
2. Принятие решений и информация
3. Информационное обеспечение менеджмента
4. Содержание и требования предъявляемые к информации
5. Виды информационных технологий
6. Информация в бизнесе
7. Количество и качество информации
8. Базы данных
9. Программные средства поддержки принятия экономических решений
10. Информационные системы
11. Интегрированные пакеты
12. Математические пакеты
13. Программные системы для поиска оптимальных решений
14. Информационная модель предприятия
15. Проектирования и эксплуатации информационных систем с использованием современных методов управления проектами, маркетинга и менеджмента
16. ИТ решения задач управления
17. ИТ стратегического менеджмента
18. ИТ логистической деятельности
19. ИТ в финансовом менеджменте
20. ИТ в управлении персоналом
21. ИТ производственного менеджмента
22. ИТ управления фирмой
23. Защита от несанкционированного доступа в системах обработки данных
24. Разработка политики безопасности предприятия
25. Составные части сети предприятия
26. Политика в отношении информации
27. Технологии безопасности данных

28. Рекомендации по защите информации
29. Административная группа управления защитой
30. Определение информации, подлежащей защите
31. Политика безопасности для работы в Интернете
32. Дайте определение проекта.
33. Перечислите существенные признаки проекта.
34. По каким признакам классифицируются проекты?
35. Перечислите фазы жизненного цикла проекта.
36. Назовите основные функции менеджера проекта.
37. Что входит в этап планирования проекта?
38. Охарактеризуйте основные программные средства управления проектом.
39. Какие факторы способствуют успешной реализации проекта?
40. Перечислите и охарактеризуйте виды связей между работами проекта.
41. Дайте определение критического пути.

Контроль исполнения самостоятельных работ осуществляется преподавателем с участием студентов в форме дискуссии, обсуждения доклада на семинарских занятиях. Приветствуются инициативные работы в форме научного доклада.

5.3. Промежуточная аттестация: зачёт

Перечень вопросов к зачету:

1. Определение и основные понятия интернет-маркетинга
2. Комплекс Интернет-маркетинга.
3. Конвергенция элементов комплекса маркетинга.
4. Особенности и преимущества Интернет-маркетинга.
5. Психологические и социологические характеристики Internet.
6. Становление сетевого сообщества.
7. Модели поведения посетителей сайтов.
8. Информационная безопасность.
9. Разработка Интернет-стратегии компаний
10. Этапы разработки стратегии.
11. Исследования при планировании Интернет-стратегии компании.
12. Анализ целевых аудиторий компании в сети Интернет.
13. Анализ конкурентной среды.
14. Правовое регулирование электронных сообщений.
15. Правовая оценка рекламы.
16. Медиапланирование в Интернет.
17. Оценка эффективности рекламной компании.
18. Создание проектов. Сетевой график. Критический путь.
19. Сайт как эффективный инструмент маркетинга
20. Выбор имени домена.
21. Типы сайтов.
22. Правовые аспекты сайта.
23. Язык гипертекстовой разметки.
24. Основные теги HTML. Порядок следования открывающих и закрывающих тегов.
25. Поисковые машины и каталоги.
26. Баннер как носитель имиджевой рекламы.
27. Основные направления e-mail маркетинга.
28. Навигационные сайты

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

Информатика. Учебник. -3-е перераб. изд. / Под ред. Н.В.Макаровой. – М.: Финансы и статистика, 2005. (базовый учебник)

1. Информатика. Учебно-методическое пособие (части 1,2,3) – Фролова С.Л., Большаков В.А., Векшина Т.В., Белов Е.А., Никитенко В.Г. – СПб. ГПА, 2009г.
2. Информатика для юристов и экономистов / Симонович С.В. и др. – СПб.: Питер, 2003. – 688 с.: ил.
3. Информатика. 3-е изд. / А.Н.Степанов. – СПб.: Питер, 2003. – 608 с.: ил.
4. Информатика. Базовый курс. 2-е издание / Под ред. С.В.Симоновича. – СПб.: Питер, 2004. – 640 с.: ил.
5. Информатика: Практикум по технологии работы на компьютере / Под ред. Н.В.Макаровой. – 3-е изд., перераб. – М.; Финансы и статистика, 2005. – 256 с.: ил.
6. Пиль Э.Н. Текстовый редактор WORD. – СПб.: ГПА. – 2001. – 78 с.

б) дополнительная литература:

1. Кабанов, В. А. **Практикум Access** [Электронный ресурс] / В. А. Кабанов. - М.: Инфра-М; Znanium.com, 2015. - 55 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=503684>

2. Яковлев, В. Б. Статистика. Расчеты в microsoft excel : учебное пособие для вузов / В. Б. Яковлев. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 353 с. **Режим доступа:** <https://biblio-online.ru/viewer/A518BFC0-B182-4ACA-9BE4-45240807598F/statistika-raschetu-v-microsoft-excel#page/1>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. windows 7 48818295 20.07.2011
office 2010 49671955 01.02.2012
windows 7 48130165 21.02.2011
office 2010 49671955 01.02.2012
2. <http://www.intuit.ru> – тематические курсы Интернет университета информационных технологий.
3. http://de.ifmo.ru/bk_netra/start.php?bn=19 – электронный учебник по дисциплине «Информатика (пользовательские аспекты)», автор Лаздин А. В.
4. <http://www.tstu.edu.ua/irex/Informatyka/index.html> - Информатика. Теория (с задачами и решениями), автор – Шауцукова Л.З.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти от-

	вет в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Семинарское занятие	На семинарских занятиях обсуждаются проблемы, поставленные во время лекций. Такие занятия проводятся в форме дискуссий. Как правило, на одном занятии может быть обсуждено 1-2 вопроса. Кроме того, на семинарах студенты представляют доклады, подготовленные во время самостоятельной работы. Основой доклада студента на семинаре являются определения (смысл) терминов, связанных с развитием информационного общества, его характерных свойств. Тема доклада выбирается студентом из перечней, приведенных в конце каждого раздела Доклад представляется в виде презентации (PowerPoint).
Внеаудиторная работа	представляет собой вид занятий, которые каждый студент организует и планирует самостоятельно. Самостоятельная работа студентов включает: <ul style="list-style-type: none"> – самостоятельное изучение разделов дисциплины; – выполнение дополнительных индивидуальных творческих заданий; – подготовку рефератов, сообщений и докладов.
Подготовка к зачёту	При подготовке к зачёту необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

8. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Тема (раздел) дисциплины	Образовательные и информационные технологии	Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем
Определение и основные понятия интернет-маркетинга	занятия с использованием мультимедийного оборудования, компьютерные классы	Microsoft Office
Разработка Интернет-стратегии компаний	занятия с использованием мультимедийного оборудования, компьютерные классы	Microsoft Office
Сайт как эффективный инструмент маркетинга	занятия с использованием мультимедийного оборудования, компьютерные классы	Microsoft Office
Продвижение сайта	занятия с использованием мультимедийного оборудования, компьютерные классы	Microsoft Office

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитории для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, набором демонстрационного оборудования.

Учебная аудитории для проведения занятий семинарского типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ) - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

Аудитория для самостоятельной работы - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

10. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом учитываются рекомендации, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.