Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 18.09.2025 17:32:11
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет информационных технологий

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
«Информационные технологии»
_____ / Д.Г. Демидов /
«__» _____ 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Интернет-маркетинг»

Направление подготовки/специальность
09.03.01 Информатика и вычислительная техника

Профиль/специализация
«Веб-технологии»

Квалификация
бакалавр

Формы обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Разработчик(и):



ст.преподаватель / М.В.Даньшина /

Согласовано:
Заведующий кафедрой «Инфокогнитивные технологии»,



к.т.н., доцент / Е.А. Пухова /

Содержание

1 Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине 4
2 Место дисциплины в структуре образовательной программы 4
3 Структура и содержание дисциплины 5
3.1 Виды учебной работы и трудоемкость для очной формы обучения 5
3.2 Тематический план изучения дисциплины для очной формы обучения 5
3.3 Содержание дисциплины 6
3.4 Тематика лабораторных занятий 7
4 Учебно-методическое и информационное обеспечение 8
4.1 Нормативные документы и ГОСТы 8
4.2 Основная литература 9
4.3 Дополнительная литература 9
4.4 Электронные образовательные ресурсы 9
4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение 10
4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы 10
5 Материально-техническое обеспечение 10
6 Методические рекомендации 10
6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения 10
6.2 Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины 10
7 Фонд оценочных средств 11
7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения 11
7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения 13
7.3 Оценочные средства 14

1 Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

К основным целям освоения дисциплины «Интернет-маркетинг» относится: обучение студентов средствам продвижения товаров и услуг в сети Интернет, а также способам и критериям оценки эффективности различных инструментов интернет-маркетинга.

К основным задачам дисциплины «Интернет-маркетинг» относятся:

- ознакомление с тенденциями в области интернет-маркетинга; изучение роли интернет-маркетинга в профессиональной деятельности;
- анализ информационных ресурсов профессионального характера;
- создание и продвижение профессиональных информационных ресурсов с помощью компьютерных технологий.

Обучение по дисциплине «Интернет-маркетинг» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.1.Формулирует совокупность задач в рамках поставленной цели проекта, решение которых обеспечивает ее достижение ИУК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами, основными компонентами проекта и ожидаемыми результатами его реализации ИУК-2.3. Выбирает оптимальные способы планирования, распределения зон ответственности, решения задач, анализа результатов с учетом действующих правовых норм, имеющихся условий, ресурсов и ограничений, возможностей использования
ПК-1. Способен выполнять работы по созданию (модификации) и сопровождению ИС, автоматизирующих задачи организационного управления и бизнес-процессы	ИПК-1.1 Знает: методологию и технологии проектирования информационных систем; проектирование обеспечивающих подсистем; приемы программирования приложений. ИПК-1.3. Владеет: навыками работы с web - технологиям и программировать.
ПК-3. Способен разрабатывать требования и проектировать программное обеспечение	ИПК-3.2. Уметь: проводить оценку и обоснование рекомендуемых решений.
ПК-4. Способен проводить работы по интеграции программных модулей и компонент, и проверку работоспособности выпусков программных продуктов	ИПК-4.1. Знает: основные способы верстки web-страниц, современные языки разметки; ИПК-4.3. Владеет: навыками использования языка разметки гипертекста с языками программирования; навыками работы с веб-технологиями и программирования.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1.2 и междисциплинарно связана с поддерживающими дисциплинами:

- Проектирование пользовательских интерфейсов в веб;
- Проектирование бизнес процессов и структур в веб индустрии;
- Проектирование веб-сервисов;
- Методы управления веб-проектами;
- Проектная деятельность.

3 Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость для очной формы обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			2	
1	**Аудиторные занятия**	**36**	36	
	В том числе:			
1.1	Лекции	18	18	
1.2	Семинарские/практические занятия			
1.3	Лабораторные занятия	18	18	
2	**Самостоятельная работа**	**36**	36	
3	**Промежуточная аттестация**			
	Зачет/диф.зачет/экзамен	**зачет**	зачет	
	Итого:	**72**	72	

3.2 Тематический план изучения дисциплины для очной формы обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Основы интернет-маркетинга.	10	4		2		4
2	Основы сбора и анализа первичной информации для проектирования информационного ресурса.	8	2		2		4
3	Структура сайта.	8	2		2		4
4	Разработка стратегии поискового продвижения.	8	2		2		4
5	Разработка и реализация медиа-плана контекстной рекламной кампании.	8	2		2		4
6	Разработка медиа-плана баннерной рекламной кампании.	8	2		2		4
7	Разработка стратегии продвижения в социальных сетях.	10	2		2		6
8	Маркетинг-микс в Интернете.	12	2		4		6
Итого		**72**	**18**		**18**		**36**

3.3 Виды учебной работы и трудоемкость для заочной формы обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			3	
1	**Аудиторные занятия**	**8**	8	
	В том числе:			
1.1	Лекции	4	4	
1.2	Семинарские/практические занятия			
1.3	Лабораторные занятия	4	4	
2	**Самостоятельная работа**	**64**	64	
3	**Промежуточная аттестация**			
	Зачет/диф.зачет/экзамен	**зачет**	зачет	
	Итого:	**72**	72	

3.4 Тематический план изучения дисциплины для заочной формы обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Основы интернет-маркетинга.	12	2		2		8
2	Основы сбора и анализа первичной информации для проектирования информационного ресурса.	12	2		2		8
3	Структура сайта.	8					8
4	Разработка стратегии поискового продвижения.	8					8
5	Разработка и реализация медиа-плана контекстной рекламной кампании.	8					8
6	Разработка медиа-плана баннерной рекламной кампании.	8					8
7	Разработка стратегии продвижения в социальных сетях.	8					8
8	Маркетинг-микс в Интернете.	8					8
Итого		**72**	**4**		**4**		**64**

3.5 Содержание дисциплины

1. Основы интернет-маркетинга. Введение в системный интернет-маркетинг. Система инструментов интернет-маркетинга.

2. Основы сбора и анализа первичной информации для проектирования информационного ресурса. Этапы разработки стратегии продвижения в интернете.

3. Сегментирование целевой аудитории.

4. Анализ спроса на товары/услуги в интернете.
5. Анализ конкурентов.
6. Формирование стратегии продвижения.
7. Разработка сайта.
8. Инструменты продвижения бизнеса в интернете
9. Поисковая оптимизация (SEO). Основы.
10. Реклама в интернете
11. Введение в контекстную рекламу
12. Кратко о баннерной рекламе. Введение в рекламу по социальным сетям.
13. Продвижение в социальных медиа.
14. Введение в веб-аналитику

3.6 Тематика лабораторных занятий

1. Основы интернет-маркетинга. Введение в системный интернет-маркетинг. Система инструментов интернет-маркетинга.

Цель ознакомиться с инструментами интернет - маркетинга.

2. Этапы разработки стратегии продвижения в интернете. ЦЕЛЬ.

Цель: научиться формулировать цели продвижения для своего проекта, прогнозировать количество клиентов, средний чек в месяц, предельную стоимость привлечения одного клиента (в процентах от среднего чека), бюджет на продвижение в месяц (расчёт математически, исходя из количества клиентов в месяц, среднего чека, и предельной стоимости привлечения одного клиента). Для каждого целевого действия способы.

3. Сегментирование целевой аудитории.

Цель: научиться находить сегменты целевой аудитории собственного проекта.

4. Анализ спроса на товары/услуги в интернете.

Цель: познакомиться с сервисом Wordstat.yandex.ru, проведение предварительного анализа спроса на товары/услуги по вашему проекту.

5. Анализ конкурентов.

Цель: научиться проводить анализ конкурентной среды для проекта.

6. Формирование стратегии продвижения.

Цель: научиться составлять на основе данных стратегию продвижения проекта в интернете. В результате использовать основные инструменты интернет-маркетинга.

7. Разработка сайта.

Цель: с помощью сервиса nic.ru, определять, свободно ли то или иное доменное имя. На сайте sweb.ru – научиться разбираться, какие бывают тарифы виртуального и выделенного хостингов. Научиться разрабатывать структуру сайта для проекта (https://www.mindmup.com/). Создание технического задания.

Познакомиться с инструментами:

- Axure - программа для профессионального проектирования

- Moqups.com - условно-бесплатный облачный сервис для выполнения работ по проектированию

- Power Point

8 Инструменты продвижения бизнеса в интернете.

9. Поисковая оптимизация (SEO). Основы.

Цель: научиться составлять семантическое ядро для проекта, нахождение транзакционных запросов, словосочетания по кластерам,

10. Реклама в интернете

11. Введение в контекстную рекламу

Цель: понять цель проведения контекстной рекламной кампании, научиться находить основные характеристики целевой аудитории, для которой разрабатывается реклама. Проводить анализ сайта - готов ли он к проведению рекламной кампании. Составлять медиа-план проведения контекстной рекламной кампании. Научиться составлять рекламное объявление, которое будет включать в себя все характеристики, указанные в текстовом материале.

12. Кратко о баннерной рекламе. Введение в рекламу по социальным сетям.

Цель: создание документа "Стратегия продвижения в социальных медиа".

Ознакомиться с поэтапным планом реализации рекламы в социальных сетях.

13. Продвижение в социальных медиа.

14. Введение в веб-аналитику.

4 Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

1. Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями);

2. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 09.03.01 Информатика и вычислительная техника, утвержденный Приказом Министерства образования и науки РФ от 19 сентября 2017 г. N 929 "Об утверждении федерального… Редакция с изменениями N 1456 от 26.11.2020

3. Приказ Министерства образования и науки РФ от 05 апреля 2017 г. № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры;

4. Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636;

5. Положение о практической подготовке обучающихся, утвержденное приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства просвещения Российской Федерации от 5 августа 2020 г. № 885/390;

6. Устав и локальные нормативные акты Московского политеха

Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата (далее - выпускники), могут осуществлять профессиональную деятельность:

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере проектирования, разработки, внедрения и эксплуатации средств вычислительной техники и информационных систем, управления их жизненным циклом)

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника, предъявляемым соответствующими профессиональными стандартами.

4.2 Основная литература

1. 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, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510958
2. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510957

4.3 Дополнительная литература

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512271
2. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512454

4.4 Электронные образовательные ресурсы

1. Курс онлайн Интернет – маркетинг https://lms.mospolytech.ru/mod/page/view.php?id=76342
2.

4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

1. Microsoft windows.
2. Офисные приложения, Microsoft Office.
3. Веб-браузер, Chrome.

4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. https://doka.guide/
2. https://developer.mozilla.org/ru/
3. https://roadmap.sh/frontend

5 Материально-техническое обеспечение

Для проведения лабораторных работ и самостоятельной работы студентов подходят аудитории, оснащенные компьютерами с программным обеспечением в соответствии со списком в пункте 4.5 и подключенные к интернету.

Число рабочих мест в аудитории должно быть достаточным для обеспечения индивидуальной работы студентов.

Рабочее место преподавателя должно быть оснащено компьютером с подключенным к нему проектором или иным аналогичным по функциональному назначению оборудованием.

6 Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

1. При подготовке к занятиям следует предварительно проработать материал занятия, предусмотрев его подачу точно в отведенное для этого время занятия. Следует подготовить необходимые материалы – теоретические сведения, задачи и др. При проведении занятия следует контролировать подачу материала и решение заданий с учетом учебного времени, отведенного для занятия.

2. При проверке работ и отчетов следует учитывать не только правильность выполнения заданий, но и оптимальность выбранных методов решения, правильность выполнения всех его шагов.

6.2 Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

Изучение дисциплины осуществляется в строгом соответствии с целевой установкой в тесной взаимосвязи учебным планом. Основой теоретической подготовки студентов являются лекции и самостоятельная работа.

В процессе самостоятельной работы студенты закрепляют и углубляют знания, полученные во время аудиторных занятий, готовятся к промежуточной аттестации, а также самостоятельно изучают отдельные темы учебной программы.

На занятиях студентов, в том числе предполагающих практическую деятельность, осуществляется закрепление полученных, в том числе и в процессе самостоятельной работы, знаний. Особое внимание обращается на развитие умений и навыков установления связи положений теории с профессиональной деятельностью будущего специалиста.

Самостоятельная работа осуществляется индивидуально. Контроль самостоятельной работы организуется в двух формах:

- самоконтроль и самооценка студента;
- контроль со стороны преподавателей (текущий и промежуточный).

Текущий контроль осуществляется на аудиторных занятиях.

Критериями оценки результатов самостоятельной работы студента являются:

- уровень освоения студентом учебного материала;
- умения студента использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
- сформированность компетенций;
- оформление материала в соответствии с требованиями.

Приветствуется обсуждение самих заданий с другими студентами: можно как давать, так и получать советы по общей стратегии выполнения и изучения материала, давать и получать помощь в отладке. Однако писать код студент должен самостоятельно. Делиться кодом или писать его совместно запрещено.

7 Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Промежуточная аттестация обучающихся в форме зачета проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине (модулю), при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине (модулю) методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине выставляется оценка «зачтено», «не зачтено».

Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации определена в п 5.6 «Положении о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский политехнический университет», утвержденным приказом ректора Московского политехнического университета от 31.08.2017 № 843-ОД. В случае внесения изменений в документ или утверждения нового Положения, следует учитывать принятые правки.

К промежуточной аттестации допускаются только студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой дисциплины. При этом используется балльно-рейтинговая система, включающая следующие критерии оценки.

Критерий	**Значение критерия**
Выполнение лабораторных работ в лабораториях университета	+5 баллов за каждую выполненную лабораторную работу в лабораториях университета.
Выполнение и защита лабораторных работ согласно графику контроля освоения дисциплины.	+15 баллов за каждую защищенную без ошибок лабораторную работу; +10 балл за каждую защищенную лабораторную работу с 2 ошибками или 4 недочетами. +5 балл за каждую защищенную лабораторную работу с 3 ошибками или 5-6 недочетами, или защищенную позднее

	срока сдачи согласно графику контроля освоения дисциплины. Максимальное значение критерия – не более 15 баллов.
Невыполнение и/или отсутствие защиты (защита с оценкой «неудовлетворительно») лабораторных работ.	-15 баллов за каждую невыполненную или незащищенную лабораторную работу;
Выполнение контрольных работ	Контрольная работа оценивается согласно критериям оценки контрольной работы. Максимальное количество баллов, которое студент может набрать на контрольной работе: +100 баллов за каждую выполненную без ошибок и недочетов контрольную работу. Максимальное значение критерия – не более 200 баллов.
Выполнение экзаменационного задания	Экзаменационное задание оценивается согласно критериям оценки, приведенном в программе экзаменационного задания. Максимальное значение критерия – 100 баллов.

Максимальная сумма набираемых по дисциплине баллов – 640. С началом каждого нового семестра изучения дисциплины набранные баллы обнуляются и рейтинг студента ведется заново. Перевод набранных баллов в оценку промежуточной аттестации производится согласно следующей таблице.

Оценка по балльно-рейтинговой системе	**Оценка по итоговой аттестации**
0 … 280	Неудовлетворительно
281 … 400	Удовлетворительно
401 … 520	Хорошо
521 … 640	Отлично

Шкалы оценивания результатов лабораторных работ, курсовых работ, курсовых проектов

Шкала оценивания	**Описание**
Отлично	Задание выполнено полностью и в срок. Отсутствуют ошибки в полученном результате. При процедуре защиты студент уверенно отвечает на контрольные вопросы, оперирует приобретенными знаниями и умениями, объясняет все этапы получения результата, его характеристики и причины их значений. Способен при необходимости доработать полученные результаты в соответствии с любыми незначительными изменениями в задании.
Хорошо	Задание выполнено полностью и в срок. Присутствуют незначительные ошибки в полученном результате. При процедуре защиты студент правильно отвечает на вопросы о ходе работы, оперирует приобретенными знаниями и умениями, однако возможны незначительные ошибки на дополнительные вопросы, в том числе и на вопросы для самоконтроля. Студент объясняет все этапы получения результата, его характеристики и причины их значений. Способен при необходимости доработать полученные

	результаты в соответствии с большинством незначительных изменений в задании.
Удовлетворительно	Задание выполнено либо со значительными ошибками, либо с опозданием. При процедуре защиты студент некорректно отвечает на некоторые дополнительные вопросы, в том числе и на вопросы для самоконтроля. Студент объясняет все этапы получения результата, его характеристики и причины их значений. Способен при необходимости доработать полученные результаты в соответствии с лишь некоторыми незначительными изменениями в задании.
Неудовлетворительно	Задание полностью не выполнено, либо выполнено не в срок и с грубыми ошибками. При процедуре защиты студент некорректно отвечает на большинство дополнительных вопросов, в том числе и на вопросы для самоконтроля. Не может объяснить этапы выполнения задания, характеристики и свойства полученного результата, причины и взаимосвязи между ними, исходными данными и своими действиями. Неспособен доработать полученные результаты в соответствии с незначительными изменениями в задании.

Рубежные контроли пишутся в аудитории индивидуально по варианту задания, выданному преподавателем в назначенные дни. При отсутствии студента в день написания контрольной работы ему дается еще один шанс ее написать на последнем занятии в семестре, но обязательно очно.

Студенты должны заранее сообщать о том, что у них могут возникнуть трудности со своевременной сдачей задания или проекта. При наличии реальных причин задержки студентам следует как можно скорее связаться с преподавателем и обсудить возможные условия.

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

Лабораторная работа оценивается в процентах степени выполнения следующих критериев и для выставления оценки суммируются проценты за каждый из четырех критериев:

1. Полнота выполнения практического задания (30%): соответствует ли функциональность заданным требованиям и целям, насколько точно и без ошибок код выполняет поставленные задачи, насколько эффективно задание отвечает требованиям целевой аудитории и обеспечивает приятное восприятие.
2. Качество и структура кода (10%): качество, читаемость и организация кода, рациональность выполнения задания, последовательность именования и соблюдение лучших практик.
3. Творчество и инновации (10%): творческий подход студентов к выполнению заданий, насколько студенты вышли за рамки основных требований и реализовали дополнительные возможности или использовали уникальные решения.
4. Ответы на вопросы по коду студента и теории (50%):

Дает краткий ответ, содержащий ошибки или неточности. На наводящие вопросы отвечает неправильно (10% из 50%)

Дает развернутый ответ, содержащий ошибки или неточности. На наводящие вопросы отвечает неверно (20% из 50%)

Дает развернутый ответ, содержащий ошибки или неточности. На наводящие вопросы отвечает правильно (30% из 50%)

Дает правильные и развернутые ответы на вопросы (50% из 50%).

R лабораторные рассчитывается как среднее результатов за все лабораторные работы. За полное и безошибочное выполнение всех лабораторных работ в срок и их защиту можно получить максимум 100 баллов (R лабораторные).

Рубежный контроль оценивается по следующим критериям:

Полнота выполнения практического задания: соответствует ли функциональность заданным требованиям и целям, насколько точно и без ошибок код выполняет поставленные задачи.

Качество и структура кода: качество, читаемость и организация кода, рациональность выполнения задания, последовательность именования и соблюдение лучших практик.

Творчество и инновации: творческий подход студентов к выполнению заданий, насколько студенты вышли за рамки основных требований и реализовали дополнительные возможности или использовали уникальные решения.

Пользовательский опыт: отзывчивость, доступность, насколько эффективно задание отвечает требованиям целевой аудитории и обеспечивает приятное восприятие.

Самостоятельность решения: в репозитории студента есть коммиты только за его авторством, по коммитам в репозитории можно проследить как велась работа, студент может объяснить свой код и ход выполнения работы, если эти правила не соблюдаются, то работа не считается сданной.

Более подробное описание критериев дается в тексте задания рубежного контроля.

За полностью выполненные рубежные контроли также можно получить 100 баллов (R контроль).

Также имеется коэффициент сданных работ K сданные, который равен 1 если все работы сданы и 0 если хотя бы одна работа не сдана.

Итоговый балл рассчитывается по формуле: R сем = (0,5 x R лабораторные + 0,5 x R контроль) * K сданные.

Итоговый балл пересчитывается по шкале ниже и на основании полученной оценки фиксируется результат промежуточной аттестации.

Соответствие баллов в 100 балльной рейтинговой системе оценке по 4-бальной шкале:
0-54 - неудовлетворительно
55-69 - удовлетворительно
70-84 - хорошо
85-100 – отлично

7.3 Оценочные средства

7.3.1 Текущий контроль

Для сдачи экзамена по предмету необходимо в течение семестра:

Выбрать проект или получить его от преподавателя

Разработать проект с использованием программы предпроектного проектирования. Проект выполняется в Moqups.com (проетируем Главную страницу, страницу с целевым действием). Описать основные особенности сайта с т.з.функционала.

Составить описание сегментов целевой аудитории. Описать целевое действие, которое должен совершить пользователь

Провести анализ конкурентов с составлением таблицы, оценить стоимость продвижения каждого проекта. Минимум 10 конкурентов

Составить семантическое ядро сайта (не менее 500 запросов. Если в силу специфики проекта их будет меньше, то обосновать это), оценить спрос по семантическому ядру

Составить стратегию SEO-оптимизации сайта. Произвести внутреннюю оптимизацию 5 страниц сайта

Составить медиа-план рекламной кампании в Яндекс.Директ (не менее 100 словосочетаний)

Составить контекстную рекламную кампанию в Яндекс.Директ

Составить медиа-план баннерной рекламной кампании (подобрать тематические площадки, разработать 3 баннера (240*400, 200*300, 760*90)

Составить стратегию продвижения в соц.сетях

Составить стратегию присутствия на тематичесих площадках, предложить варианты работы с журналистами и СМИ

Предоставить систему веб-аналитических показателей

Оформление документов.

Основной документ - презентация. При ее наличии и грамотном оформлении больше не понадобится предоставлять никакие документы.

Желательно предоставить (могут возникнуть вопросы у преподавателя)

- ссылку на созданный сайт или предпроект
- таблицу с анализом конкурентов
- таблицу с семантическим ядром
- таблицу с подобранными фразами и контекстными рекламными объявлениями, ставками и бюджетом
- текстовый документ с описательной частью по маркетинговой и аналитической составляющей проекта

Примерный состав слайдов для презентации:

- название проекта
- описание маркетинговой среды
- описание целевой аудитории
- указание конкурентного преимущества
- резюме по конкурентам
- представление проекта
- обоснование цветового решения
- описание целевого действия
- представление базовых веб-аналитических показателей
- сводка по каналам продвижения
- описание действий по SEO,кратко, включая сем-ядро
- медиа-план контекстной рекламной кампании
- медиа-план баннерной рекламной кампании

- стратегия продвижения всоц.сетях
- выводы об успешности проекта

Экзаменационные вопросы по предмету “Интернет-маркетинг”

1. Что такое система инструментов интернет-маркетинга
2. Из чего состоит система инструментов интернет-маркетинга
3. Что такое целевое действие на сайте? Какие они бывают?
4. Что такое конверсия? Опишите способы повышения конверсии?
5. Оценка спроса на товары и услуги в интернете. Опишите способы, как это можно сделать
6. Оценка конкурентов. Поиск, основные этапы анализа. Выводы.

7. Целевая аудитория. Понятия, способы сегментирования. Характеристики целевой аудитории для целей сегментирования.

8. Теория поколений. Особенности разных поколений и площадки их присутствия.

9. Что такое веб-аналитика. Опишите основные веб-аналитические показатели.

10. Продающий (эффективный) веб-сайт. Какими особенностями он должен обладать.

11. Постановка целей продвижения в интернете с точки зрения бизнеса

12. Виды поисковых запросов и их характеристика

13. Что такое контекстная реклама? Какие системы контекстной рекламы Вы знаете? Опишите особенности каждой системы.

14. Этапы создания и проведения контекстной рекламной кампании.

15. Особенности правильно составленной (эффективной) рекламной кампании

16. Особенности составления рекламных объявлений в контекстных рекламных системах.

17. Что такое поисковая оптимизация? Что является целью осуществления мероприятий поисковой оптимизации?

18. Факторы поисковой оптимизации. Что к ним относится?

19. Что такое поисковая система? Как она работает? Что такое алгоритм поисковой системы? Опишите особенности поисковых машин, работающих в на территории РФ

20. Опишите правила создания семантического ядра.

21. Что такое социальные медиа. Опишите их виды и особенности.

22. Опишите этапы создание стратегии продвижения в социальных сетях.

23. Характеристики правильного и эффективного поста

24. Каковы особенности функционирования умной ленты социальных сетей

25. Этапы создания и запуска рекламных кампаний по социальным сетям.

26. Особенности создания баннерных рекламных кампаний.

27. Этапы разработки общей стратегии продвижения в интернете.

28. Отличие и особенности использования многостраничных сайтов и лендинговых страниц.

29. Расшифруйте и объясните, где применяются аббревиатуры: CPC, CPA, CTR, PPC, CPM

30. Какую работу выполняет интернет-маркетолог?

7.3.2 Промежуточная аттестация

Оценочные средства для промежуточной аттестации не требуется, так как оценка за промежуточную аттестацию выставляется по балльно-рейтинговой системе, описанной в пункте 7.2.