

МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра «Маркетинг и менеджмент»

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ И ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

*Методические рекомендации к самостоятельной работе
для студентов специальности
1-28 01 02 «Электронный маркетинг»
заочной формы обучения*

Часть 1



Могилев 2022

УДК 339.138
ББК 65.290-2
И73

Рекомендовано к изданию
учебно-методическим отделом
Белорусско-Российского университета

Одобрено кафедрой «Маркетинг и менеджмент» «16» декабря 2021 г.,
протокол № 5

Составитель ст. преподаватель Е. Н. Шеробурко

Рецензент канд. экон. наук, доц. Т. В. Романькова

В методических рекомендациях представлены материалы к самостоятельной
работе для студентов специальности 1-28 01 02 «Электронный маркетинг»
заочной формы обучения.

Учебно-методическое издание

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ И ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

Часть 1

Ответственный за выпуск	А. В. Александров
Корректор	А. А. Подошевка
Компьютерная верстка	М. М. Дударева

Подписано в печать 17.01.2022 . Формат 60 × 84/16. Бумага офсетная. Гарнитура Таймс.
Печать трафаретная. Усл. печ. л. 0,7 . Уч.-изд. л. 0,76 . Тираж 31 экз. Заказ № 5.

Издатель и полиграфическое исполнение:
Межгосударственное образовательное учреждение высшего образования
«Белорусско-Российский университет».
Свидетельство о государственной регистрации издателя,
изготовителя, распространителя печатных изданий
№ 1/156 от 07.03.2019.
Пр-т Мира, 43, 212022, г. Могилев.

© Белорусско-Российский
университет, 2022

Содержание

Введение	4
1 Описание аудиторной контрольной работы	5
2 Критерии оценки аудиторной контрольной работы	5
3 Практическое задание	6
Список литературы	9

Введение

Цель учебной дисциплины «Интернет-маркетинг и электронная коммерция» – систематизировать и углубить знания в области сети Интернет и web-технологий, а также интернет-маркетинга и электронной коммерции для успешной практической деятельности специалиста.

В соответствии с учебным планом студенты специальности 1-28 01 02 «Электронный маркетинг» заочной формы обучения в 8-м семестре выполняют аудиторную контрольную работу (АКР) по дисциплине «Интернет-маркетинг и электронная коммерция». Самостоятельная работа студентов по подготовке к АКР является неотъемлемой частью учебного процесса.

Цель АКР – проверка навыков студента применять теоретические знания при выполнении практических заданий в сфере интернет-маркетинга и электронной коммерции.

АКР проводится согласно расписанию занятий во время сессии.

На выполнение АКР отводится одна пара учебных занятий (2 академических часа).

АКР выполняется письменно на бланке установленной формы, который выдается преподавателем непосредственно перед началом выполнения АКР.

Выполненная АКР проверяется преподавателем с выставлением отметки «Зачтено» или «Не зачтено». При получении отметки «Не зачтено» студент не допускается к сдаче зачета по дисциплине.

Незачтенная АКР подлежит повторному выполнению после окончания сессии.

1 Описание аудиторной контрольной работы

АКР включает два задания.

1 Провести оценку юзабилити сайта определенной тематики в соответствии с номером варианта.

2 Сделать выводы и разработать рекомендации по повышению уровня удобства сайта.

Пример варианта АКР.

Вариант __

Задание 1

Провести оценку юзабилити сайта.

Задание 2

Разработать рекомендации по повышению уровня удобства сайта.

АКР оценивается исходя из 10 (десяти) баллов (таблица 1). АКР считается зачтенной, если сумма полученных баллов составляет не менее 6 (шести) баллов. Зачтенная АКР является основанием для допуска студента к зачету.

Таблица 1 – Критерии оценки АКР

Задание	Максимальный балл
Задание 1. Провести оценку юзабилити сайта	5
Задание 2. Разработать рекомендации по повышению уровня удобства сайта	5
Итого по заданиям	10

Для подготовки к АКР студент самостоятельно изучает все вопросы теоретического курса по рекомендуемой литературе (см. *Список литературы*), а также готовится к решению задач.

Вопросы, вызвавшие затруднения, будут рассмотрены на лекционных занятиях по дисциплине во время сессии. Поэтому целесообразно составить конспект по вопросам, с выделением по каждому из них свободного места для последующих пояснений и дополнений.

2 Критерии оценки аудиторной контрольной работы

АКР оценивается исходя из 10 (десяти) баллов. Критерии оценки представлены в таблице 1. Критерии выставления баллов в разрезе заданий представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Критерии выставления баллов в разрезе заданий

Задание	Балл	Содержание ответа
1	5	Задание выполнено верно с пояснением хода решения, указанием формул и выводом
	2,5	Верный ход решения, однако расчет показателей сделан неверно
	0	Неверный ход решения, ошибки в формулах, расчет показателей сделан неверно <i>или</i> ответ отсутствует
2	5	Полный развернутый логично построенный ответ
	2,5	Неполное изложение вопроса без грубых стилистических и логических ошибок
	0	Ответ не соответствует вопросу <i>или</i> ответ отсутствует

3 Практическое задание

Теоретические сведения

В современном мире для продвижения той или иной продукции, услуги или же информации посредством интернета огромное значение имеет анализ сайта. Он предназначен прежде всего для получения достоверной информации о положении интернет-ресурсов в поисковых системах и их особенностях.

Удобство сайта (юзабилити) оценивается по следующим пяти параметрам:

- 1) простота обучения: насколько легко новый пользователь может обращаться с сайтом;
- 2) легкость запоминания: как легко пользователь может восстановить в памяти пути взаимодействия с сайтом;
- 3) удовлетворенность посетителя качеством сайта;
- 4) эффективность пользования контентом;
- 5) вероятность ошибки: сколько ошибок совершают пользователи и насколько они серьезны.

Анализ визуального восприятия предполагает оценку того, насколько удачно для чтения и восприятия информации выбрано цветовое и стилевое сочетание шрифтов, фона, изображений и других элементов сайта.

Под контентом понимается все информационное и графическое наполнение сайта. Контент сайта – это текст, изображения, файлы для скачивания, видео и др. При этом под качеством контента в данном случае понимается не только его уникальность, но и полезность.

Уникальность текстов можно проверить, используя различные сервисы, например, такие как Etxt Антиплагиат, text.ru, istio.com и др., а полезность – прочитав и просмотрев контент.

Скорость загрузки страниц сейчас очень весомый сигнал для поисковых систем. Для пользователей это также значимый фактор, на который сложно не обратить внимание, если с ним проблемы.

Улучшая скорость сайта, можно получать не только плюсы в ранжировании, но и больше доверия и коэффициент конверсий. Наиболее полезными инструментами, которые помогут провести анализ и выявить самые

слабые места сайта в плане скорости, являются Google PageSpeed Insights, PR-CY, WebPage Analyzer, Pingdom Tools, WhichLoadFaster, Web Page Performance Test, GTmetrix, Monitis Tools.

Задание 1

Студент, согласно выбранному варианту, должен выбрать пять сайтов и провести их анализ.

Выбор варианта задания осуществляется по номеру студента в журнале.

Тематика сайтов, соответствующая номеру варианта.

- 1 Строительство.
- 2 Продажа детских игрушек.
- 3 Молочный завод.
- 4 Рекламные услуги в сети Интернет.
- 5 Учреждение образования.
- 6 Мясокомбинат.
- 7 Транспортные услуги.
- 8 Туризм.
- 9 Ресторанный бизнес.
- 10 Продажа мобильных телефонов.
- 11 Фитнес-центр.
- 12 Продажа цветов.
- 13 Клининговые услуги.
- 14 Консалтинговые услуги.
- 15 Продажа одежды/обуви.
- 16 Ремонт бытовой техники.
- 17 Химчистка.
- 18 Медицинский центр.
- 19 Машиностроительное предприятие.
- 20 Кадровое агентство.
- 21 Станция технического обслуживания.
- 22 Брачное агентство.
- 23 Сайт знакомств.
- 24 Продажа/доставка продуктов питания.
- 25 Салон красоты.
- 26 Ремонт помещений.
- 27 Оптовая торговля.
- 28 Деревообработка.
- 29 Ателье.
- 30 Логистическая компания.

При проведении анализа необходимо оценить выбранные сайты по критериям и дать им количественную оценку согласно шкале оценки, приведенной в таблице 3.

Таблица 3 – Шкала оценки

Оценка	Значение оценки
0	Критерий отсутствует
1	Очень плохо
2	Плохо
3	Удовлетворительно
4	Хорошо
5	Отлично

Критерии оценки сайта:

- удобство сайта;
- визуальное восприятие;
- качество контента;
- скорость загрузки страниц сайта.

Итоги анализа по критериям необходимо свести в таблицу 4. Оценку каждого критерия студент должен кратко обосновать и по итогам таблицы сделать вывод.

Таблица 4 – Сводная таблица анализа сайтов

Показатель	Сайт 1	Сайт 2	Сайт 3	Сайт 4	Сайт 5
Критерий 1					
Критерий 2					
Критерий 3					
Критерий 4					
Итого					

Задание 2

По итогам проведенного анализа необходимо выделить основные выявленные недостатки и достоинства анализируемых сайтов и на основании этого дать рекомендации по разработке наиболее удобного сайта указанной тематики.

Список литературы

- 1 **Акулич, М. В.** Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 352 с.
- 2 **Блюмин, А. М.** Проектирование систем интеллектуального обслуживания: учебник для бакалавров / А. М. Блюмин. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 351 с.
- 3 **Винарский, Я. С.** Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение : практическое пособие / Я. С. Винарский, Р. Д. Гутгарц. – Москва : ИНФРА-М, 2018. – 269 с.
- 4 **Егоршин, А. П.** Эффективный маркетинг организации : учебник для вузов / А. П. Егоршин. – 2-е изд., доп. и перераб. – Нижний Новгород : НИЭМ, 2020. – 302 с.
- 5 **Кислицына, В. В.** Маркетинг : учебник / В. В. Кислицына. – Москва : ФОРУМ ; ИНФРА-М, 2020. – 464 с.
- 6 **Кобелев, О. А.** Электронная коммерция : учебное пособие / О. А. Кобелев ; под ред. проф. С. В. Пирогова. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 682 с.
- 7 **Соловьев, Б. А.** Маркетинг : учебник / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 337 с.
- 8 **Эйнштейн, М.** Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете / М. Эйнштейн. – Москва : Альпина Паблишер, 2017. – 398 с.
- 9 **Электронная коммерция : учебник / Л. А. Брагин [и др.].** – Москва : ФОРУМ ; ИНФРА-М, 2020. – 192 с.
- 10 **Электронная торговля : учебник / Р. Р. Дыганова [и др.].** – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 150 с.