

**ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ И ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ**

**АННОТАЦИЯ**

**К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**Специальность 1-28 01 02 – Электронный маркетинг**

	Форма получения высшего образования			
	Очная (дневная)		Заочная	
Курс	2	3	3	4
Семестр	4	5	6	7
Лекции, часы	34	16	8	4
Лабораторные занятия, часы	16	34	4	8
Аудиторная контрольная работа (семестр, часы)			6,2	7,2
Курсовая работа, семестр		6		8
Экзамен, семестр	4	5	6	7
Аудиторных часов по учебной дисциплине (в том числе часы на управляемую самостоятельную работу)	50	50	14	14
	100		28	
Самостоятельная работа, часы	58	58	202	202
	116		188	
Всего часов по учебной дисциплине / зачетных единиц	108/3,0	108/3,0	108/3,0	108/3,0
	216/6,0			

**1. Краткое содержание учебной дисциплины:** Основы Web. Веб-сайт как основа бизнеса в сети Интернет. Понятие и структура рынка электронной коммерции. Системы электронной коммерции. Платежные системы в сети Интернет и их безопасность. Мобильный маркетинг и мобильная коммерция. Поисковый маркетинг и SEO-технологии. Реклама и PR в сети Интернет

**2. Результаты обучения:** обучающийся должен **знать:** основные методы использования средств телекоммуникации для маркетинга и коммерции; методы планирования и организации маркетинговых мероприятий под конкретные предпринимательские цели; методы организации международных экономических связей между субъектами хозяйствования; основные направления и тенденции развития электронного бизнеса (реклама, реализация товаров и услуг, проведение банковских и платежных операций, информационное обеспечение и обслуживание клиентов, фондовый рынок, научно-информационные услуги и др.); **уметь:** планировать кампании интернет-рекламы; разрабатывать веб-сайты предприятий; осуществлять поисковую оптимизацию сайтов; планировать и реализовывать маркетинговые мероприятия в социальных сетях; **владеть:** программными средствами интернет-маркетинга и электронной коммерции.

**3. Формируемые компетенции:**

УК-5 - обладать навыками саморазвития и совершенствования в профессиональной деятельности; УК-6 - проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в профессиональной деятельности; БПК – 15 - осуществлять комплекс маркетинга в сети Интернет для повышения эффективности деятельности организации;

**4. Требования и формы текущей и промежуточной аттестации**

Используется модульно-рейтинговая система. Промежуточная аттестация: защита лабораторных работ, контрольные работы. Текущая аттестация: экзамен.