

УТВЕРЖДАЮ
 Декан факультета

_____ Шматко А.Д.

« ____ » _____ 20__

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В БИЗНЕСЕ

Направление/специальность подготовки	38.03.05 Бизнес-информатика
Специализация/профиль/программа подготовки	Управление технологиями искусственного интеллекта
Уровень высшего образования	Бакалавриат
Форма обучения	Очная
Факультет	Р Международного промышленного менеджмента и коммуникации
Выпускающая кафедра	Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ
Кафедра-разработчик рабочей программы	Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ

КУРС	СЕМЕСТР	ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ (ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ)	ЧАСЫ (по наличию видов занятий)									ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ
			ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ	АУДИТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ				САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА				
				ВСЕГО	ЛЕКЦИИ	ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ	ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	ВСЕГО	КУРСОВОЙ ПРОЕКТ	КУРСОВАЯ РАБОТА	ДРУГИЕ ВИДЫ САМОСТ. РАБОТЫ	
3	6	3	108	34	17	0	17	74	0	0	74	зач.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА СОСТАВЛЕНА В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ ФЕДЕРАЛЬНОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (ФГОС ВО)

38.03.05 Бизнес-информатика

год набора группы: 2025

Программу составил:

Кафедра Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ
Стешин Василий Анатольевич, старший преподаватель

Программа рассмотрена
на заседании кафедры-разработчика
рабочей программы **Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ**

Заведующий кафедрой Шматко А.Д., д.э.н., проф.

Программа рассмотрена
на заседании выпускающей кафедры

Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ

Заведующий кафедрой Шматко А.Д., д.э.н., проф.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В БИЗНЕСЕ

Разделы рабочей программы

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Приложения к рабочей программе дисциплины

- Приложение 1. Аннотация рабочей программы
- Приложение 2. Технологии и формы обучения
- Приложение 3. Фонды оценочных средств

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

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

ПК-2.1 — Способен осуществлять управление ресурсами ИТ и ИТ-инфраструктурой организации

ПК-2.6 — Способен к организации и управлению информационно-технологическими сервисами, системами электронного документооборота и платежными системами

Формированию компетенций служит достижение следующих результатов образования:

УК-2

знания:

современных тенденций развития рынка информационных услуг, принципы формирования информационного рынка, принципов работы современных информационных технологий, особенности организации коммерческой деятельности предприятия на информационном рынке;

умения:

использовать результаты оценки информационного рынка, проводить маркетинговые исследования информационного рынка, применять для решения профессиональных задач принципы работы современных информационных технологий;;

навыки:

использовать результаты оценки информационного рынка, проводить маркетинговые исследования информационного рынка..

ПК-2.1

знания:

Принципы устройства и функционирования сетевой экономики в Интернет, проектирования и разработки интернет-ресурсов и программ продвижения в Сети, использования интернет-технологий для создания, развития и продвижения бизнес-проектов;;

умения:

Проектировать и разрабатывать бизнес-проекты в Сети интернет, проектировать и разрабатывать программы продвижения интернет-проектов;;

навыки:

Создания бизнес-проектов в сети Интернет, использования инструментов планирования и аналитики;.

ПК-2.6

знания:

разрабатывать коммерческую стратегию, анализировать, определять и прогнозировать потребности клиентов;

умения:

использовать результаты оценки информационного рынка, проводить маркетинговые исследования информационного рынка, разрабатывать стратегию развития компании на рынке;;

навыки:

применять для решения профессиональных задач принципы работы современных информационных технологий;.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина **ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В БИЗНЕСЕ** является дисциплиной **части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1**, программы подготовки по направлению *38.03.05 Бизнес-информатика*.

Содержание дисциплины является логическим продолжением дисциплин: **ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ**.

Содержание дисциплины является основой для освоения дисциплин: **ПОДГОТОВКА К ПРОЦЕДУРЕ ЗАЩИТЫ И ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ**.

Предварительные компетенции, сформированные у обучающегося до начала изучения дисциплины:

- УК-10 — Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч.

3.1. Содержание (дидактика) дисциплины

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %		
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		УК-2	ПК-2.1	ПК-2.6
3	6	Раздел 1. Сетевая экономика в Интернет. Влияние интернет-технологий на экономику и бизнес.	13	5	3	2	8	10	10	10
3	6	Раздел 2. Виды и отличия интернет-проектов. Маркетинговые характеристики Сети интернет, инструменты и технологии создания эффективного проекта.	13	5	2	3	8	10	10	10
3	6	Раздел 3. Реклама и продвижение в Сети интернет. Рынок интернет-рекламы. Инструменты и технологии.	14	6	3	3	8	20	20	20
3	6	Раздел 4. Передовые интернет-технологии рекламы и продвижения. Контекстные технологии. SMM, SEO.	16	6	3	3	10	20	20	20
3	6	Раздел 5. Инструменты планирования и управления маркетинговыми коммуникациями в Интернет. Определение и охват целевой аудитории, возможности фокусировок. Методы и технологии формирования аудитории.	31	6	3	3	25	20	20	20
3	6	Раздел 6. Медиа-планирование и анализ эффективности рекламных кампаний в Интернет. Планирование, прогнозирование и критерии оценки эффективности кампаний в Интернет.	21	6	3	3	15	20	20	20
Всего за 6 семестр			108	34	17	17	74	100	100	100
Всего по дисциплине			108	34	17	17	74	100	100	100

3.2. Аудиторный практикум

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Тема практического занятия	Объем, ауд. часов
1	Раздел 1. Сетевая экономика в Интернет.	Разбор перехода традиционного бизнеса в интернет-среду	2
2	Раздел 2. Виды и отличия интернет-проектов.	Разбор кейсов	3
3	Раздел 3. Реклама и продвижение в Сети интернет.	Практический разбор инструментов продвижения и рекламы.	3
4	Раздел 4. Передовые интернет-технологии рекламы и продвижения.	Разбор кейсов	3
5	Раздел 5. Инструменты планирования и управления маркетинговыми коммуникациями в Интернет.	Разбор основного инструментария на практике. Демонстрация систем таргетирования.	3
6	Раздел 6. Медиа-планирование и анализ эффективности рекламных кампаний в Интернет.	Медиа-планирование и оценка эффективности.	3
Всего за 6 семестр			17

3.3. Самостоятельная работа студента (СРС)

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Содержание учебного задания	Объем, часов
1	Раздел 1. Сетевая экономика в Интернет.	Подготовка командных кейсов.	8
2	Раздел 2. Виды и отличия интернет-проектов.	Поиск и оформление кейсов, брифов	8
3	Раздел 3. Реклама и продвижение в Сети интернет.	Подготовка докладов.	8
4	Раздел 4. Передовые интернет-технологии рекламы и продвижения.	Поиск, подготовка и анализ кейсов.	10
5	Раздел 5. Инструменты планирования и управления маркетинговыми коммуникациями в Интернет.	Подготовка и моделирование программ продвижения.	25

6	Раздел 6. Медиа-планирование и анализ эффективности рекламных кампаний в Интернет.	Самостоятельная разработка медиа-плана кампании по продвижению бизнес-проекта в Интернет.	15
Всего за 6 семестр			74

4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

СЕМЕСТР	НЕДЕЛИ СЕМЕСТРА																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
6		ВПЗ		Дисск.		ДР	ДЗ		Докл	ДР		ВПЗ		ТекК		ДР	зач.

Условные обозначения:

- ДР – диагностическая работа;
- ВПЗ – вопросы/задания по темам ПЗ;
- Дисск. – дискуссия;
- ДЗ – домашнее задание;
- Докл – доклад;
- ТекК – вопросы для текущего контроля;
- зач. – зачет.

Текущий контроль успеваемости студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;
- вопросы/задания по темам ПЗ;
- дискуссия;
- домашнее задание;
- доклад;
- вопросы для текущего контроля.

Промежуточная аттестация проводится в формах:

- зачет.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература по дисциплине:

1. . Интернет-маркетинг. Москва: Юрайт, 2021, эл. рес.
2. А. И. Стешин. . Интернет-технологии в бизнесе. СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2016, 66 экз.
3. А. И. Стешин. . Информационные системы в бизнесе. СПб.: Palmarium Academic Publishing, 2018, эл. рес.

5.2. Дополнительная литература по дисциплине:

не требуется.

5.3. Периодические издания:

1. Научно-методический журнал «Информатизация образования и науки».

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины, электронные библиотечные системы:

1. http://library.voenmeh.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=474 — Фундаментальная библиотека БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова;
2. <https://urait.ru/> — Главная – Образовательная платформа Юрайт. Для вузов и ссузов..

Современные профессиональные базы данных:

1. <https://rusneb.ru> – Национальная электронная библиотека (НЭБ);
2. <https://cyberleninka.ru/> - Научная электронная библиотека «Киберленинка»;
<http://www.rfbr.ru/rffi/ru/library> - Полнотекстовая электронная библиотека Российского фонда фундаментальных исследований.

Информационные справочные системы:

1. Техэксперт – Информационный портал технического регулирования: Нормы, правила, стандарты РФ;
2. http://library.voenmeh.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=457 - БД ГОСТов собственной генерации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова;
3. <http://www.consultant.ru/>- КонсультантПлюс- информационный портал правовой информации.

5.5. Программное обеспечение:

не требуется.

5.6. Информационные технологии:

взаимодействие с обучающимися посредством ЭИОС Moodle БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Лекционные занятия:

специализированные требования по оборудованию отсутствуют; аудитория с посадочными местами по количеству студентов; доска.

6.2. Практические занятия:

1. Проектор;
2. Интерактивная доска.

6.3. Прочее:

1. рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет;
2. рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

Аннотация рабочей программы

Дисциплина **ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В БИЗНЕСЕ** является дисциплиной **части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1**, программы подготовки по направлению *38.03.05 Бизнес-информатика*. Дисциплина реализуется на факультете *Р* Международного промышленного менеджмента и коммуникации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д.Ф. Устинова кафедрой **Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ**.

Дисциплина нацелена на формирование *компетенций*:

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;

ПК-2.1 Способен осуществлять управление ресурсами ИТ и ИТ-инфраструктурой организации;

ПК-2.6 Способен к организации и управлению информационно-технологическими сервисами, системами электронного документооборота и платежными системами.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с основными характеристиками сети Интернет, теоретические и практические проблемы, возникающие при разработке и реализации различных видов интернет-проектов, стратегий присутствия и продвижения бизнеса.

Программой дисциплины предусмотрены следующие **виды контроля**:

Текущий контроль успеваемости студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;
- вопросы/задания по темам ПЗ;
- дискуссия;
- домашнее задание;
- доклад;
- вопросы для текущего контроля.

Промежуточная аттестация проводится в формах:

- зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет **3 з.е., 108 ч.** Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия (**17 ч.**), практические занятия (**17 ч.**), самостоятельная работа студента (**74 ч.**).

ТЕХНОЛОГИИ И ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

Рекомендации по освоению дисциплины для студента

Трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 ч., из них 34 ч. аудиторных занятий, и 74 ч., отведенных на самостоятельную работу студента.

Рекомендации по распределению учебного времени по видам самостоятельной работы и разделам дисциплины приведены в таблице.

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о текущем, рубежном контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Формы контроля и критерии оценивания приведены в приложении 3 к Рабочей программе.

Наименование работы	Рекомендуемая литература	Трудоемкость, час.
Раздел 1. Сетевая экономика в Интернет.		
Подготовка командных кейсов.	А. И. Стешин. . Интернет-технологии в бизнесе: СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2016 (1)	8
Итого по разделу 1		8
Раздел 2. Виды и отличия интернет-проектов.		
Поиск и оформление кейсов, брифов	. Интернет-маркетинг: Москва: Юрайт, 2021 (1,2,3)	8
Итого по разделу 2		8
Раздел 3. Реклама и продвижение в Сети интернет.		
Подготовка докладов.	А. И. Стешин. . Информационные системы в бизнесе: СПб.: Palmarium Academic Publishing, 2018 (1,2,3)	8
Итого по разделу 3		8
Раздел 4. Передовые интернет-технологии рекламы и продвижения.		
Поиск, подготовка и анализ кейсов.	А. И. Стешин. . Интернет-технологии в бизнесе: СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2016 (1,2,3)	10
Итого по разделу 4		10
Раздел 5. Инструменты планирования и управления маркетинговыми коммуникациями в Интернет.		
Подготовка и моделирование программ продвижения.	А. И. Стешин. . Интернет-технологии в бизнесе: СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2016 (1,2,3)	25
Итого по разделу 5		25
Раздел 6. Медиа-планирование и анализ эффективности рекламных кампаний в Интернет.		
Самостоятельная разработка медиа-плана кампании по продвижению бизнес-проекта в Интернет.	А. И. Стешин. . Интернет-технологии в бизнесе: СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2016 (1, 2, 3)	15
Итого по разделу 6		15

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств, позволяющие оценить результаты обучения по данной дисциплине, включают в себя:

- диагностическая работа
- дискуссия;
- доклад;
- вопросы для текущего контроля;
- вопросы/задания по темам ПЗ;
- домашнее задание;
- зачет.

Критерии оценивания

Диагностическая работа

Диагностическая работа проводится в форме теста в ЭИОС Moodle:

- при правильном ответе менее чем на 60% вопросов - не аттестация;
- при правильном ответе на 60% вопросов и более - аттестация.

Дискуссия

Оцениваемые показатели.

1. соответствие содержания ответа обсуждаемому вопросу: - соответствует - не соответствует.
2. логическая последовательность его изложения
3. аргументированность и обоснованность ответа
4. наличие собственных суждений по проблеме
5. лаконичное и грамотное изложение материала
6. поиск новых идей и выдвижение контридей в процессе обсуждения

Доклад

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования к написанию доклада: тема раскрыта полностью, сформулированы выводы, выдержан объём, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка 4 – основные требования к докладу выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём доклада; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований к докладу. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует вывод.

Оценка 2 – тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы либо работа студентом не представлена.

Вопросы для текущего контроля

- ответ засчитывается – студент демонстрирует системные теоретические знания, владеет терминологией, логично и последовательно объясняет сущность, явлений и процессов, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.

- ответ не засчитывается – студент демонстрирует незнание теоретических основ предмета, несформированные навыки анализа явлений и процессов, не умеет делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает слабое владение монологической речью, не владеет терминологией, проявляет отсутствие логичности и последовательностью изложения, делает ошибки, которые не может исправить даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на занятии.

Вопросы/задания по темам ПЗ

- ответ засчитывается – студент демонстрирует системные теоретические знания, владеет терминологией, логично и последовательно объясняет сущность, явлений и процессов, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение

монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.

- ответ не засчитывается – студент демонстрирует незнание теоретических основ предмета, несформированные навыки анализа явлений и процессов, не умеет делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает слабое владение монологической речью, не владеет терминологией, проявляет отсутствие логичности и последовательностью изложения, делает ошибки, которые не может исправить даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на занятии.

Домашнее задание

выполнение задания студентом засчитывает при следующих условиях:

- задание своевременно выполнено и представлено на обозрение;
- студент обладает необходимой системой знаний;
- студент способен понимать и интерпретировать освоенную информацию;
- студент справляется с выполнением предложенных заданий, предусмотренных рабочей программой;
- студент усвоил основную литературу, рекомендованную рабочей программой;

Зачет

Обучающийся имеет право на получение минимальной положительной оценки при условии успешного прохождения текущего контроля успеваемости в форме диагностической работы в соответствии с графиком раздела 4. • Критерии оценки:

- а) студент свободно, достаточно подробно излагает изученный материал, демонстрирует понимание информационных процессов по всем пройденным темам, пользуется терминологией - 10 баллов;
- б) студент, в целом, владеет изученным материалом, но не достаточно полно демонстрирует понимание процессов по пройденным темам, мало пользуется терминологией - 6 баллов;
- в) студент слабо владеет изученным материалом, плохо понимает процессы, практически не пользуется терминологией - 3 балла;
- г) ответ, не соответствующий требованиям пунктов а), б) и в), - 0 баллов.- оценка «не зачтено»
- Для получения зачета необходимо набрать не менее 6 баллов.

Паспорт фонда оценочных средств

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %			НАИМЕНОВАНИЕ ОЦЕНОЧНОГО СРЕДСТВА
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		УК-2	ПК-2.1	ПК-2.6	
3	6	Раздел 1. Сетевая экономика в Интернет.	13	5	3	2	8	10	10	10	Дискуссия
3	6	Раздел 2. Виды и отличия интернет-проектов.	13	5	2	3	8	10	10	10	Дискуссия
3	6	Раздел 3. Реклама и продвижение в Сети интернет.	14	6	3	3	8	20	20	20	Доклад
3	6	Раздел 4. Передовые интернет-технологии рекламы и продвижения.	16	6	3	3	10	20	20	20	Вопросы для текущего контроля
3	6	Раздел 5. Инструменты планирования и управления маркетинговыми коммуникациями в Интернет.	31	6	3	3	25	20	20	20	Вопросы/ задания по темам ПЗ
3	6	Раздел 6. Медиа-планирование и анализ эффективности рекламных кампаний в Интернет.	21	6	3	3	15	20	20	20	Домашнее задание
Всего за 6 семестр			108	34	17	17	74	100	100	100	
Всего по дисциплине			108	34	17	17	74	100	100	100	

Оценочные материалы по дисциплине ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В БИЗНЕСЕ

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

- № 1 Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа
Основные цели инструментов «вирусного маркетинга»:
1. Прямые продажи продукции и услуг
 2. Информирование аудитории о компании, продукции и услугах
 3. Непрямое рекламное воздействие на мнение и выбор аудитории
- № 2 Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ
PR-в Интернет, как актуальная стратегия продвижения, включает в себя
- № 3 Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ
Комплексная стратегии интернет-маркетинга...
- № 4 Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа
Экономический показатель, который определяет доходность или убыточность маркетинговых каналов в Интернет
1. CPA
 2. CTR
 3. ROI
- № 5 Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов
Каковы цели использования инструментов контекстной рекламы...
1. Имиджевое рекламное воздействие на аудиторию
 2. Конверсия по заявкам и звонкам от потенциальных покупателей
 3. Повышение уровня продаж
 4. Знакомство аудитории с новым продуктом
- № 6 Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов
Ключевые цели PR в Интернет...
Запишите номера выбранных ответов без пробелов и точек и обоснование выбора
1. Изменение информационной среды вокруг организации, компании, фирмы или личности.
 2. Поддержка благоприятных отношений к компании и продукту
 3. Повышение уровня продаж продукции и услуг
- № 7 Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов
Ключевыми задачами SMM являются:
1. Продвижение товаров и услуг в социальных сетях, которые воспринимаются маркетингом, как социальные медиа
 2. Продажа товаров и услуг в социальных сетях
 3. Увеличение количество подписчиков
- № 8 Прочитайте текст и установите соответствие
1. Концепция интернет-маркетинга 1.0

2. Концепция интернет-маркетинга 2.0

3. Концепция интернет-маркетинга 3.0

А - Стратегия ориентирована на охват аудитории с целью, например, занять первые позиции в поисковых системах по приоритетным поисковым запросам, привлекая максимальное количество целевой аудитории.

Б - Главная цель – мобильность и решение задач пользователя, ради которых он посещает веб-сайт, а количественные показатели и позиции в рейтингах отходят на второй план.

В - Главным является подсчет количественных показателей, таких как количество посещений, количество просмотров страниц, среднее время, которое провели

пользователи на сайте и т.п.

№ 9 Прочитайте текст и установите соответствие

1. Интерактивность

2. Точность

3. Персонализация

А -

- Регион

- Время контакта

- Тематика контакта

- Уникальный контакт

- Частота

Б - Индивидуальные потребности каждого покупателя могут быть учтены продавцом

В - Пользователь Сети в большей степени иницирует и контролирует ту информацию, которую он получает.

№ 10 Прочитайте текст и установите последовательность

Установите последовательность разработки веб-сайта

1. Дизайн

2. Проектирование

3. Верстка

4. Программирование

№ 11 Прочитайте текст и установите последовательность

Прочитайте текст и установите последовательность этапов оценки эффективности веб-сайт

1. Findability

2. Аттракторы

3. Содержание

4. Навигация

№ 12 Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Геоконтекстная реклама это...

Запишите номер выбранного ответа без точки и обоснование выбора

1. Вид маркетинговой коммуникации
2. Вид рекламы, который чаще всего встречается в мобильных телефонах
3. Тип интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием

ПК-2.1 - Способен осуществлять управление ресурсами ИТ и ИТ-инфраструктурой организации

№ 1 Прочитайте текст и установите последовательность

Прочитайте текст и установите последовательность этапов внедрения ИТ на предприятии

1. Технологическое обучение и адаптация
2. Выявление перспективных технологий
3. Рационализация
4. Распространение

№ 2 Прочитайте текст и установите соответствие

Виды информационных технологий:

1. Автоматизация офисной деятельности
2. Обработка данных
3. Поддержка принятия решений
4. Экспертные системы

№ 3 Прочитайте текст и установите соответствие

Укажите соответствие видов рыночной информации

1. Конъюнктурная
2. Коммерческая
3. Финансовая

А - Представляет совокупность сведений о спросе и предложении на определенные виды товаров и услуг

Б - Характеризует состояние рынка

В - Сведения о финансовой устойчивости, платежеспособности и кредитоспособности партнеров и конкурентов

№ 4 Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Объекты управления в информационном менеджменте:

№ 5 Прочитайте текст и установите последовательность

Прочитайте текст и установите последовательность этапов технологии реализации информационной модели системы маркетинговых исследований организации

1. Разработка динамической модели
2. Разработка системно-функциональной модели маркетинговой деятельности фирм
3. Проведение системно-функционального и информационного анализа системы маркетинговых исследований

№ 6 Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Информационный менеджмент – это...

№ 7 Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

Ретаргетинг — это...

1. работа, направленная на увеличение совершаемых пользователем на сайте «полезных» результативных действий
2. Способ напомнить аудитории о себе
3. совокупность всех сообществ социальных сетей, в которых бренд общается с целевой группой
4. инструмент интернет-маркетинга, позволяющий показывать рекламу пользователям, которые уже посещали сайт рекламодателя, но еще не совершили покупку

№ 8 Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

CMS – это...

1. степень, в которой продукт, разработанный для конкретного сценария использования конкретным пользователем, способствует наиболее эффективному и удобному достижению результата, к которому он стремится проведения исследования конкурентов
2. система для управления контентом
3. система формирования рекламного сообщения

система обновления текстовой информации на сайте

№ 9 Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

Какой существует формат CRM системы?

1. коробчатая
2. операционная
3. коллаборационные
4. альтернативная

№ 10 Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Какой информационной системе соответствует следующее определение: программно-аппаратный комплекс, способный объединять в одно целое предприятия с различной функциональной направленностью (производственные, торговые, кредитные и др. организации)

1. Информационная система промышленного предприятия.
2. Информационная система торгового предприятия.
3. Корпоративная информационная система.

№ 11 Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Виртуальное предприятие это...

1. Иерархическое объединение различных предприятий.
2. Корпоративное объединение различных предприятий.
3. Сетевое объединение на основе электронных средств связи нескольких традиционных предприятий, специализирующихся в различных областях деятельности.

№ 12 Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор

ответа

Укажите главную особенность баз данных

1. Ориентация на передачу данных.
2. Ориентация на оперативную обработку данных и работу с конечным пользователем.
3. Ориентация на интеллектуальную обработку данных.

ПК-2.6 - Способен к организации и управлению информационно-технологическими сервисами, системами электронного документооборота и платежными системами

№ 1 Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Одно из преимуществ электронной коммерции для потребителей:

1. сокращение издержек
2. большой выбор товаров и услуг
3. глобальный масштаб

№ 2 Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Спам:

1. незаконная реклама
2. не запрашиваемая информация, которая рассылается в массовом порядке по электронной почте
3. самая эффективная реклама

№ 3 Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

В чем заключается сущность интернет-маркетинга?

№ 4 Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

Какие задачи, решаемые корпоративным сайтом, относятся к задачам маркетинга и управления брендом?

1. Предоставление первичной маркетинговой информации
2. Предоставление информации электронным и печатным СМИ (в том числе через подкасты, видеопередачи и rss-каналы).
3. Продвижение с помощью баннерной и контекстной рекламы, участие в форумах, социальных сетях и сообществах, сотрудничество с блогерами, рассылки и т.д.
4. Проведение опросов и анкетирования.
5. Изучение поведения потребителей, их вкусов и предпочтений.

№ 5 Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

Ключевые преимущества проведения маркетинговых исследований в Интернете?

1. Доступность для любого бизнеса
2. Нивелирование географических факторов
3. Низкая конверсия посетителей в клиентов
4. Временные промежутки

5. Схожая тематика веб – страниц
- № 6 Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов
1. Привлечение внимания нового клиента
 2. Переход от ключевой роли производителя к потребителю
 3. Изменение локальных и временных масштабов бизнеса
 4. Сокращение издержек
- № 7 Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ
Что представляет собой директ-маркетинг?
- № 8 Прочитайте текст и установите соответствие
Укажите соответствие основных бизнес-моделей:
1. B2B
 2. B2C
 3. B2G
- А - бизнес покупателю
Б - бизнес бизнесу
В - бизнес государству
- № 9 Прочитайте текст и установите соответствие
Виды интернет проектов...
1. Корпоративный сайт
 2. Промо сайта
 3. Портал
 4. Лендинг
- А - Решение, призванное обеспечить у посетителя высокую запоминаемость компании, продукта, услуги, товара, бренда.
- Б - Представительство компании в сети: информация о компании, коллективе, миссия...
- В - Веб-сайт, выполняющий роль отправной точки для своей аудитории.
- Г - Презентует продукт, снимает возражения и подводит пользователя к целевому действию.
- № 10 Прочитайте текст и установите последовательность
Прочитайте текст и установите последовательность жизненного цикла разработки проекта
1. Разработка бизнес-плана
 2. Тестирование

3. Разработка технического задания
4. Разработка ключевой идеи
5. Разработка гипотезы

№ 11 Прочитайте текст и установите последовательность

Прочитайте текст и установите последовательность модели AIDA

№ 12 Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Какой главный параметр лежит в основе оценки веса страницы в технологии Page Rank?

Запишите номер выбранного ответа без точки и обоснование выбора

1. Количество посетителей страницы
2. Количество источников ссылок
3. Количество упоминаний