

<p>Документ подписан простой электронной подписью  Информация о владельце:  ФИО: Налізко Наталья Александровна  Должность: Директор  Дата подписания: 21.05.2024 11:41:28  Уникальный программный ключ:  25467908655d9e0abdc452e51caba97c16aa1bcd</p>	<p>МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ  Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал</p>	<p>Рабочая программа дисциплины "Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"" по направлению подготовки (специальности) 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление бизнесом</p>	<p>стр. 1</p>
---	---	---	---------------



**Рабочая программа дисциплины (модуля)  
Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"**

Направление подготовки (специальность)

**38.03.02 Менеджмент**

Направленность (профиль)

**Управление бизнесом**

Присваиваемая квалификация (степень)

**Бакалавр**

Форма обучения

**очная**

Год набора

**2021, 2022**

Костанай 2023 г.

**Рабочая программа дисциплины (модуля) одобрена и рекомендована кафедрой**

Кафедра социально-гуманитарных и естественнонаучных дисциплин


Протокол заседания № 10, от «16» мая 2023г.

**Рабочая программа дисциплины (модуля) одобрена и рекомендована учебно-методическим советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО "ЧелГУ"**


Протокол заседания № 10, от «18» мая 2023г.

**Рабочая программа дисциплины (модуля) одобрена и рекомендована ученым советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО "ЧелГУ"**

Протокол заседания № 10, от «25» мая 2023г.

Заведующий кафедрой  Нуртаzenов Тюлюбай Калиевич, кандидат исторических наук, доцент

Автор (составитель)  магистр прикладной математики и информатики, старший преподаватель, Рак Олеся Валерьевна

Рецензент  кандидат педагогических наук, профессор, Шумейко Татьяна Степановна

### 1 ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

#### 1.1 Цели

Цели освоения дисциплины: формирование у обучающихся профессиональных компетенций, изучение современных методов маркетинговой деятельности предприятий в условиях нестабильной рыночной конъюнктуры в сети Интернет.

#### 1.2 Задачи

- изучение сущности, основных принципов и функций Маркетинга в электронном бизнесе;
- рассмотрение основных концепций применения маркетинга в сети Интернет;
- исследование маркетинговой среды и ее структуры;
- изучение комплекса Интернет-маркетинга;
- освещение дискуссиями проблем и перспектив развития современного Интернет-маркетинга.

### 2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП

Блок (раздел) ОПОП: К.М.05.ДВ.01.02

#### 2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предпринимательское дело

Маркетинг

Бренд-менеджмент

#### 2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Производственная практика. Преддипломная практика

### 3 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

#### ПК-3.1: Разрабатывает и содействует реализации решений в управлении функциональными сферами деятельности организации для достижения согласованности развития бизнеса

##### Знать:

пороговый	основные этапы и особенности разработки и реализации управленческих решений в каждой функциональной подсистеме организации
продвинутый	содержание этапов и основные факторы, влияющие на процесс разработки и реализации управленческих решений в функциональных сферах деятельности организации
высокий	особенности и технологию разработки стратегических и оперативных управленческих решений в функциональных сферах деятельности организации

##### Уметь:

пороговый	анализировать взаимосвязи между функциональными сферами деятельности организации для подготовки согласованных управленческих решений
продвинутый	находить и определять степень влияния факторов на подготовку и реализацию управленческих решений в функциональных подсистемах организации
высокий	вносить предложения для решения стратегических и оперативных управленческих задач в различных сферах деятельности организации для достижения согласованности развития бизнеса

##### Владеть:

пороговый	базовыми навыками принятия управленческих решений в функциональных сферах деятельности организации
продвинутый	навыками принятия и содействия реализации обоснованных управленческих решений в функциональных сферах деятельности организации
высокий	методами принятия стратегических и оперативных решений в управлении функциональными сферами деятельности организации

#### ПК-3.2: Осуществляет деловые коммуникации для достижения целей современного бизнеса

##### Знать:

пороговый	основные теории коммуникации, концептуальные, теоретические подходы к исследованию содержания закономерностей развития процессов коммуникации
продвинутый	формы и виды деловых коммуникаций и возможности их применения в бизнесе
высокий	стратегии, принципы и методы организации и деловых коммуникаций в бизнесе

##### Уметь:

Рабочая программа дисциплины "Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"" по направлению подготовки (специальности) 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление бизнесом		стр. 4
пороговый	строить деловое коммуникативное взаимодействие с коллегами и партнерами	
продвинутый	планировать и осуществлять деловые коммуникации в различных формах и для различных целей современного бизнеса	
высокий	анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности для достижения целей современного бизнеса	
<b>Владеть:</b>		
пороговый	навыками использования технологий делового взаимодействия в управленческой практике для достижения целей бизнеса	
продвинутый	навыками осуществления делового общения, публичных выступлений, ведения переговоров, совещания, осуществления деловой переписки и поддержания электронных коммуникаций	
высокий	навыками выбора стратегии деловой коммуникации, профессиональными приемами и навыками убеждения и активного слушания для достижения поставленных целей бизнеса, в том числе с использованием современных средств коммуникации	
<b>ПК-1.3: Использует возможности корпоративных информационных систем для управления бизнес- процессами организации</b>		
<b>Знать:</b>		
пороговый	цель и задачи внедрения корпоративных информационных систем в организации	
продвинутый	функции и назначение корпоративных информационных систем для управления бизнес- процессами организации	
высокий	принципы документирования и учета операций в корпоративной информационной системе организации, анализа финансовой и других видов отчетности для принятия управленческих решений	
<b>Уметь:</b>		
пороговый	выявлять информационные потребности пользователей для управления бизнес-процессами организации	
продвинутый	формировать требования к корпоративной информационной системе организации	
высокий	вести документирование и учет операций, осуществлять анализ отчетности по основным бизнес-процессам организации в корпоративной информационной системе	
<b>Владеть:</b>		
пороговый	понятийным аппаратом в области корпоративных информационных систем для управления бизнес-процессами организации	
продвинутый	навыками эксплуатации корпоративных информационных систем для управления бизнес-процессами организации	
высокий	навыками документирования и анализа хозяйственных операций в прикладных программных продуктах	

4 ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Общая трудоемкость					4 ЗЕТ	
Часов по учебному плану : 144 в том числе : аудиторные занятия : 32 самостоятельная работа : 76 часов на контроль : 36					Виды контроля в семестрах:  экзамены 7	
5 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр	Часов	Компетенции	Литература	Методы проведения занятий, оценочные средства
	Раздел 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга					

Рабочая программа дисциплины "Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"" по направлению подготовки (специальности) 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление бизнесом						стр. 5
1.1	1 Сервисы и ресурсы Интернет 2 Сущность и инструменты Интернет-маркетинга 3 Требования к интернет- маркетологу 4 Развитие Интернет-маркетинга в России. Портрет интернет-аудитории 5 Специфика функций маркетинга в Интернет /Пр/	7	2	ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2	Л1.1Л2.1	Метод: частично-поисковый Формы контроля: отчет, проект слайд-презентаций
1.2	1 Виртуальное маркетинговое пространство и технологии Интернет в маркетинге 2 Сайт организации как инструмент маркетинга 3 Подготовка к практическому занятию /Ср/	7	10	ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2	Л1.1Л2.1	Метод: частично-поисковый Форма контроля: составление структурно-логической схемы
<b>Раздел 2. E-mail маркетинг</b>						
2.1	1 Зарегистрироваться в системе Wix.com 2 Разработать контент для серии писем по продвижению товара или услуги 3 Организовать рассылку  Рубежный контроль №1 /Пр/	7	6	ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2	Л1.1Л2.1	Метод: частично-поисковый Формы контроля: отчет, проект слайд-презентаций
2.2	1 Способы получения спам листа 2 Подготовка к практическому занятию /Ср/	7	10	ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2	Л1.1Л2.1	Метод: частично-поисковый Форма контроля: составление структурно-логической схемы
<b>Раздел 3. Создание и оптимизация сайта</b>						
3.1	1 Создание сайта на Wix.ru: - зарегистрироваться на сайте Wix.ru - выбрать шаблон лендинга - создать контент - опубликовать сайт /Пр/	7	4	ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2	Л1.1Л2.1	Метод: частично-поисковый Формы контроля: отчет, проект слайд-презентаций
3.2	1 Семантическое ядро сайта 2 Внутренняя оптимизация 3 Подготовка к практическому занятию /Ср/	7	10	ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2	Л1.1Л2.1	Метод: творчески-репродуктивный Форма контроля: слайд-презентация
<b>Раздел 4. Управление проектами в интернет-маркетинге</b>						

Рабочая программа дисциплины "Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"" по направлению подготовки (специальности) 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление бизнесом						стр. 6
4.1	1 Описать один отечественный или зарубежный электронный магазин 2 В описании раскрыть следующие вопросы: - адрес магазина в Интернет, наименование, в каком городе расположен, ассортимент - как устроена витрина магазина - тематическая организация каталогов товара - система навигации по сайту - отбор товаров в пользовательскую корзину - оформление заказа - оплата заказа  Рубежный контроль №2 /Пр/	7	4	ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2	Л1.1Л2.1	Метод: частично-поисковый Формы контроля: отчет, проект слайд-презентаций
4.2	1 Создание диаграмм поведения пользователей в сети 2 Подготовка к практическому занятию /Ср/	7	10	ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2	Л1.1Л2.1	Метод: творчески-репродуктивный Форма контроля: слайд-презентация
<b>Раздел 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа</b>						
5.1	1 Создать группу в "ВКонтакте" 2 Сформировать контент 3 Обновлять содержание группы, увеличивая число подписчиков 4 Оценить эффективность продвижения группы в соцсети /Пр/	7	6	ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2	Л1.1Л2.1	Метод: частично-поисковый Формы контроля: отчет, проект слайд-презентаций
5.2	1 Принципы работы инструментов и аналитика 2 Подготовка к практическому занятию /Ср/	7	10	ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2	Л1.1Л2.1	Метод: творчески-репродуктивный Форма контроля: слайд-презентация
<b>Раздел 6. Разработка стратегии интернет-маркетинга</b>						
6.1	1 Разработать стратегию лидогенерации 2 Определить критерии квалификации лида 3 Сформировать воронку продаж 4 Выбрать методы лидогенерации  Рубежный контроль №3 /Пр/	7	2	ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2	Л1.1Л2.1	Метод: частично-поисковый Формы контроля: отчет, проект слайд-презентаций
6.2	1 Особенности работы партнерских программ 2 Методика повышения качества лидов 3 Подготовка к практическому занятию /Ср/	7	10	ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2	Л1.1Л2.1	Метод: частично-поисковый Форма контроля: составление структурно-логической схемы
<b>Раздел 7. Интернет-реклама.</b>						
7.1	1 Разработать проект баннера 2 Создать рекламную кампанию в системах контекстной рекламы /Пр/	7	4	ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2	Л1.1Л2.1	Метод: частично-поисковый Формы контроля: отчет, проект слайд-презентаций

Рабочая программа дисциплины "Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"" по направлению подготовки (специальности) 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление бизнесом						стр. 7
7.2	1 Медиабайнг 2 Таргетированная реклама 3 Поведенческие технологии 4 Подготовка к практическому занятию  /Ср/	7	8	ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2	Л1.1Л2.1	Метод: творчески-репродуктивный Форма контроля: слайд-презентация
<b>Раздел 8. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний</b>						
8.1	1 Работа с Учебным руководством Google Analytics IQ на сайте <a href="https://support.google.com">https://support.google.com</a> 2 Сформировать : отчеты по аудитории, по источникам трафика, отчет "Карта целей", отчеты по электронной коммерции  Рубежный контроль №4 /Пр/	7	4	ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2	Л1.1Л2.1	Метод: частично-поисковый Формы контроля: отчет, проект слайд-презентаций
8.2	1 Карта кликов от Яндекс.Метрики 3 Подготовка к практическому занятию  /Ср/	7	8	ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2	Л1.1Л2.1	Метод: творчески-репродуктивный Форма контроля: слайд-презентация

## 6 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 6.1 Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль проводится регулярно на занятиях практического типа с целью получения оперативной информации об усвоении учебного материала и диагностики сформированности компетенций. Используемые оценочные средства: собеседование по теме занятий; решение тестовых заданий; доклады и т.п.

Рубежный контроль проводится с целью определения степени сформированности отдельных компетенций обучающихся по завершению освоения очередного раздела (темы) курса в форме комплексной письменной работы.

Промежуточная аттестация по итогам семестра осуществляется по завершению периода обучения с целью определения степени достижения запланированных результатов обучения по дисциплине в форме подведения итогов балльно-рейтинговой системы оценивания.

### 6.2 Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей и рубежной аттестации

Контрольные вопросы по темам дисциплины:

Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга.

1. Сущность лэндинга. Виды и методы создания.
2. Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C).
3. Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки.
4. Модели поведения посетителей сайтов.
5. Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет с электронным кошельком: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька).
6. Службы Интернет и их характеристика

Тема 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга.

1. Понятие и преимущества лидогенерации. Основные понятия.
2. Виды лидов
3. Лидогенерация как бизнес-процесс
4. Методы лидогенерации
5. Маркетинговое обеспечение лидогенерации.

Тема 3. E-mail маркетинг.

1. Разработать информационное письмо для проведения научной конференции, выставки или другого событийного мероприятия.
2. Осуществить рассылку.
3. Этапы работы оформить в виде презентации в Power Point.

Тема 4. Создание и оптимизация сайта.

1. Используя платформу WordPress создать многостраничный сайт

<p>2. Разработать семантическое ядро и контент. Тема 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Зарегистрироваться в одной из социальных сетей</li><li>2. Создать сообщество. Подготовить контент</li><li>3. Разработать стратегию продвижения группы</li><li>4. Разработать рекламную или PR кампанию по продвижения товаров и услуг с использованием мессенджеров (WhatsApp, Viber, Facebook Messenger, Telegram, Skype, ICQ, Google Hangouts)</li><li>5. Результаты представить в виде презентации в Power Point</li></ol> <p>Тема 6. Управление проектами в интернет-маркетинге.</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Разработать стратегию создания продающего сайта</li><li>2. Рассчитать плановую экономическую эффективность бизнес-идеи</li><li>3. Результаты представить в виде отчетов в СППР Project Expert</li></ol> <p>Тема 7. Интернет-реклама.</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Ознакомиться с возможностями систем контекстной рекламы Яндекс. Директ и Google AdWords</li><li>2. Разработать стратегию проведения рекламной кампании в одной из систем.</li><li>3. Результаты представить в виде презентации в Power Point</li></ol> <p>Тема 8. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Медийная реклама</li><li>2. Контекстная реклама</li><li>3. Поисковая реклама</li><li>4. Геоконтекстная реклама</li><li>5. Вирусная реклама</li><li>6. Продакт-плейсмент (в онлайн-играх)</li><li>7. Реклама в блогах</li><li>8. Интерстильная реклама</li><li>9. Этапы работы над контекстной рекламной кампанией</li><li>10. Оценка эффективности баннерной рекламы</li><li>11. Эффективность мероприятий Интернет маркетинга</li></ol> <p>Перечень вопросов для рубежных контролей:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Рынок услуг, оказываемых через Интернет.</li><li>2. Рыночная и социальная сферы в информационном обществе.</li><li>3. Определение цены в сети Интернет.</li><li>4. Связи с общественностью в сети Интернет.</li><li>5. Генезис модели информационного общества</li><li>6. Организация маркетинговых исследований в сети Интернет.</li><li>7. Сетевые технологии для решения задач маркетинга.</li><li>8. Основные коммерческие системы управления базами данных для решения задач маркетинга.</li><li>9. Система распределения в сети Интернет.</li><li>10. Защита информационных потоков.</li><li>11. Основные направления развития методов обработки и хранения данных.</li><li>12. Комплекс электронного маркетинга.</li><li>13. Формирование ценовой политики в сети Интернет.</li><li>14. Корпоративные информационные системы.</li><li>15. Службы Интернета.</li><li>16. Лидогенерация как направление в интернет-маркетинге</li><li>17. Виды лидов и способы оплаты</li><li>18. Источники лидов</li><li>20. Необходимые интернет-сервисы для создания сайта</li><li>21. Лидогенерация как направление в интернет-маркетинге</li><li>22. Виды лидов и способы оплаты</li><li>23. Обзор и сравнительный анализ инструментов веб-аналитики</li><li>24. Виды способов сбора данных</li><li>25. Настройка целей и анализ конверсий</li></ol> <p>Задания для практических занятий, задачи, ситуационные задания по дисциплине:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Сформировать контент-стратегию для вашего проекта:</li><li>- Предварительный анализ контента</li><li>- Исследование контента</li><li>- Формирование контент-стратегии</li><li>- Изучение видов контента</li><li>- Управление контентом</li><li>- Разработка фирменного стиля статей</li><li>- Создание адаптивного и удобного контента</li></ul>
--



- Разработка редакционного контент-плана
- Продвижение и аналитика контента

Тестовые задания по дисциплине:

1 Понятие информационных технологий включает:

- A) Коммуникации и изучения потребителей
- B) Операционные системы
- C) Языки программирования и средства разработки приложений
- D) Детализированные системы
- E) Средства программирования приложений

2 Составляющие, развитие и совершенствование которых в наибольшей степени способствуют применению информационных технологий:

- A) Появление и повсеместное распространение глобальной компьютерной сети Интернет
- B) Создание аппаратных и программных комплексов, обеспечивших автоматизацию бизнес процессов компаний
- C) Разделение рынка на сегменты
- D) Разделение отраслей по классификации
- E) Создание автоматизированных комплексов

3 Электронная коммерция включает в себя:

- A) Обмен информацией
- B) Проведение маркетинговых исследований
- C) Проведение сделок при помощи электронных систем
- D) Проведение исследований сегмента рынка
- E) Обмен операционными данными

Задания для самостоятельной работы в часы самоподготовки:

Задания для самостоятельной работы приведены в разделе СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

Полностью оценочные материалы и оценочные средства для проведения текущего и рубежного контролей успеваемости представлены в ФОС по дисциплине.

### 6.3 Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

Для подведения итогов изучения дисциплины используются результаты текущего и рубежного контролей, экзамен.

Перечень вопросов к экзамену:

- 1 E-mail маркетинг. Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем.
- 2 Стратегия сегментации в E-mail маркетинге. Экономическая эффективность массовых рассылок
- 3 Тенденции современного E-mail маркетинга.
- 4 Модели поведения посетителей сайтов
- 5 Лидогенерация как бизнес-процесс. Преимущества, основные понятия.
- 6 Методы лидогенерации. Факторы успеха лидогенерации.
- 7 Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет с электронным кошельком: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька).
- 8 Лэндинг. Методы и факторы успеха.
- 9 Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C).
- 10 Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки.
- 11 Понятие электронного бизнеса. Преимущества электронного бизнеса. Причины перехода в киберпространство.
- 12 Создание и регистрация сайта.
- 13 Разработка SEO -friendly сайта.
- 14 Виды интернет-рекламы.
- 15 Сервисы контекстной рекламы. Анализ эффективности контекстной рекламы.
- 16 Медиапланирование в Интернет. Критерии выбора рекламных носителей
- 17 Оценка эффективности рекламной кампании.
- 18 SMM. Методы и стратегии.
- 19 Сравнительная характеристика социальных сетей в Рунете. Особенности продвижения в социальных сетях.
- 20 PR в интернет.
- 21 Модели электронного бизнеса и их характеристика.
- 22 Сущность и функции браузера. Сравнение популярных браузеров.
- 23 Требования к Интернет-магазину. Обработка заказа. Управление магазином.
- 24 Партнерский маркетинг. Партнерские программы, виды, поиск, управление
- 25 SEO. Алгоритм работы поисковой системы. Основные понятия.
- 26 Внутренняя оптимизация сайта.
- 27 Службы Интернет и их характеристика

- 28 Спам.  
29 Интернет-магазин. Обработка заказа. Управление магазином.  
30 Развитие сферы услуг в Интернет.

Тестовые задания:

1 Какой качественный показатель контекстной рекламы характеризует работу рекламного агентства, если оно обязано только качественно настроить кампанию на стороне системы контекстной рекламы?

- A) CPA
- B) CTR
- C) KPI
- D) процент отказов
- E) комплексную систему показателей

2 На какой срок целесообразно минимально запускать контекстную рекламную кампанию?

- A) на год
- B) на месяц
- C) на срок отложенного спроса
- D) все зависит от того, какой есть бюджет
- E) на три года

3 Продвижение в социальных сетях однозначно приводит к:

- A) увеличению продаж
- B) росту трафика на сайт
- C) лояльности потребителей
- D) изменению информационного поля компании (бренда)
- E) уменьшению продаж

4 Ретаргетинг (или ремаркетинг) в рекламных системах — это...

- A) рекламный механизм, посредством которого онлайн-реклама направляется тем пользователям, которые уже просмотрели рекламируемый продукт, посетив сайт рекламодателя
- B) перенаправление пользователя с рекламной площадки на сайт рекламодателя с использованием определенных интеллектуальных механизмов
- C) изменение рекламного объявления в режиме реального времени в зависимости от того, какой именно пользователь просматривает рекламу
- D) количество посещений сайта
- E) объем продаж

Практические задания:

- 1 Зарегистрироваться в системе Wix.com.
- 2 Разработать контент для серии писем по продвижению товара или услуги.
- 3 Организовать рассылку.

#### 6.4 Критерии оценивания

Критерии оценки практической работы:

«отлично» (А, А-, 4.0-3.67, 90-100%) - обучающийся выполнил все задания правильно - приведены решения, отмечен результат, сделан вывод о решении. Лабораторная работа выполнена полно и правильно, вывод сделан самостоятельно, технически правильным языком, даны верные ответы на контрольные вопросы

«хорошо» (В+, В, В-, 3.33-2.67, 75-89%) - обучающийся выполнил все задания, отмечен результат, но вывод о решении не сделан. При выполнении лабораторной работы обучающимся допущены несущественные ошибки по содержанию учебного материала

«удовлетворительно» (С+, С, С-, D+,D, 2.33-1.0, 50-74%) - обучающийся часто ошибался, выполнил правильно только половину заданий. В расчетах допущены грубые ошибки

«неудовлетворительно» (F, 0, 0-49%) - обучающийся почти ничего не смог выполнить правильно, изложение учебного материала неполное, бессистемное; имеются существенные ошибки

Критерии оценки групповых заданий (выполнение расчетно-практических, информационно-аналитических заданий)

«отлично» (А, А-, 4.0-3.67, 90-100%) - обучающиеся полностью выполняют задание, основываясь на дополнительно полученных данных и источниках, рекомендованных преподавателем и/или найденных студентом самостоятельно

«хорошо» (В+, В, В-, 3.33-2.67, 75-89%) - обучающиеся поняли суть предложенного задания, но не в полном объеме его выполнили или допустили несущественные ошибки

«удовлетворительно» (С+, С, С-, D+,D, 2.33-1.0, 50-74%) - обучающиеся поняли суть предложенного задания, но не в полном объеме его выполнили и допустили существенные (грубые фактические) ошибки

«неудовлетворительно» (F, 0, 0-49%) - обучающиеся не поняли суть предложенного задания, не в полном объеме его выполнили и допустили существенные ошибки. Или студенты не смогли решить предложенные задания

Критерии оценки проекта слайд-презентации

<p>«отлично» (А, А-, 4.0-3.67, 90-100%):                  Общая информация - данная информация кратка и ясна. Использовано более одного ресурс                  Тема - сформулирована и раскрыта тема. Полностью изложены основные аспекты темы                  Применение и проблемы - отражены области применения темы. Изложена стратегия решения проблем                  Элементы оформления - ясный план для создания красивой и полной презентации. Эффекты, фоны, графики и звуки, акцентирующие внимание на изложенной информации                  «хорошо» (В+, В, В-, 3.33-2.67, 75-89%)                  Общая информация - достаточно точная информация. Использовано более одного ресурса                  Тема - сформулирована и раскрыта тема. Ясно изложен материал                  Применение и проблемы - отражены области применения темы. Процесс решения практически завершен                  Элементы оформления - точный план для создания хорошо оформленной презентации. Слайды просты в понимании. Используются некоторые эффекты и фоны                  «удовлетворительно» (С+, С, С-, D+,D, 2.33-1.0, 50-74%) -                  Общая информация - информация частично изложена. В работе использован только один ресурс                  Тема - тема частично раскрыта. Некоторый материал изложен некорректно                  Применение и проблемы - отражены некоторые области применения темы. Процесс решения неполный                  Элементы оформления - частичный план для создания красочной презентации. Слайды просты в понимании                  «неудовлетворительно» (F, 0, 0-49%) -                  Общая информация - тема предмета не очевидна. Информация не точна или не дана                  Тема - не раскрыта и не ясна. Объяснения некорректны, запутаны или не верны                  Применение и проблемы - не определена область применения данной темы. Процесс решения неточный или неправильный                  Элементы оформления - отсутствует план для создания полной и хорошо оформленной презентации</p>	
<p>Критерии оценивания уровня освоения дисциплинарных компетенций на рубежной комплексной контрольной работе:                  «отлично» (А, А-, 4.0-3.67, 90-100%) – студент полностью выполнил задание контрольной работы, показал отличные знания и умения в рамках усвоенного учебного материала, контрольная работа оформлена аккуратно и в соответствии с предъявляемыми требованиями.                  «хорошо» (В+, В, В-, 3.33-2.67, 75-89%) – студент полностью выполнил задание контрольной работы, показал хорошие знания и умения, но не смог обосновать оптимальность предложенного решения, есть недостатки в оформлении контрольной работы.                  «удовлетворительно» (С+, С, С-, D+,D, 2.33-1.0, 50-74%) – студент полностью выполнил задание контрольной работы, но допустил существенные неточности, не проявил умения правильно интерпретировать полученные результаты, качество оформления контрольной работы имеет недостаточный уровень.                  «неудовлетворительно» (F, 0, 0-49%) – студент не полностью выполнил задание контрольной работы, при этом проявил недостаточный уровень знаний и умений, а также неспособен пояснить полученный результат.</p> <p>Критерии оценивания ответа студента на экзамене (промежуточная аттестация)                  оценки «отлично» (А, А-, 4.0-3.67, 90-100%) заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Оценка «отлично» выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для будущей профессиональной деятельности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала;                  оценки «хорошо» (В+, В, В-, 3.33-2.67, 75-89%) заслуживает студент, обнаруживший полное знание программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности;                  оценки «удовлетворительно» (С+, С, С-, D+,D, 2.33-1.0, 50-74%) заслуживает студент, обнаруживший знание основного программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учёбы и предстоящей профессиональной деятельности, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. «удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим погрешности не принципиального характера в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий;                  «неудовлетворительно» (F, 0, 0-49%) выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.</p>	

**7 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**7.1 Рекомендуемая литература**

**7.1.1 Основная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
Л1.1	Жильцова О. Н., Артемьева О. А., Жильцов Д. А., Карпова С. В., Поляков В. А., Рожков И. В.	Интернет-маркетинг: учебник для вузов ( <a href="https://urait.ru/bcode/535942">https://urait.ru/bcode/535942</a> )	Москва: Юрайт, 2024	ЭБС

**7.1.2 Дополнительная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
Л2.1	Кожевникова Г. П., Одинцов Б. Е.	Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов ( <a href="https://urait.ru/bcode/536501">https://urait.ru/bcode/536501</a> )	Москва: Юрайт, 2024	ЭБС

**7.2 Перечень информационных технологий**

**7.2.1 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение**

Лицензионное программное обеспечение:

1. Microsoft Office 2007 Russian Academic OPEN License (Лицензия № 42627774 от 24.08.2007 срок действия – бессрочно).
2. Антивирусное ПО «Kaspersky Endpoint Security Educational License», лицензия № 3440-231106-040959-980-854 с 07.11.2023 по 20.11.2024
3. Пакет прикладных программ Microsoft Office. Microsoft® Office Standard Single Language License & Software Assurance Open Value No Level 3 Years Acquired Year 1 Academic AP (Лицензионное соглашение V7664610 от 14.11.2022 до 30.11.2025)
4. Программа ЭВМ «Среда электронного обучения 3KL», договор № 1166.8 от 19.01.2024 до 07.02.2025 г.
5. Операционная система Microsoft Windows 7 PRO CIS and GE OEM Software (Сертификат подлинности (COA) наклеен на корпус ПК).
6. Операционная система Microsoft Windows XP Professional OEM Software (Сертификат подлинности (COA) наклеен на корпус ПК),
7. Пакет прикладных программ «Microsoft Office Professional Plus 2013 Russian Academic OLP License» (Лицензия № 64075202 от 12.09.2014 срок действия – бессрочно).
8. Пакет прикладных программ «MicrosoftOfficeProfessionalPlus 2013 RussianAcademicOLPLicense» (Лицензия № 62650104 от 08.11.2013. срок действия – бессрочно).
9. Программное обеспечение «1С: Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях». (Электронная лицензия. Регистрационный номер: 802214523 срок действия – бессрочно).
10. Программное обеспечение «Визуальная студия тестирования» (Договор №4270 от 01.07.2017. срок действия – бессрочно).

Свободно распространяемое программное обеспечение:

1. SimpleDict - Электронный словарь
2. PDFedit - Редактор PDF файлов

**7.2.2 Современные профессиональные базы данных, информационно-справочные системы и электронные библиотечные системы**

1. Научно-электронная библиотека eLibrary [Электронный ресурс]. – <http://elibrary.ru>
2. Электронно-библиотечная система «ЛАНЬ» [Электронный ресурс]. – <https://e.lanbook.com>
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» [Электронный ресурс]. – <https://biblioclub.ru>
4. Электронно-библиотечная система «Юрайт» [Электронный ресурс]. – <https://urait.ru>

## 8 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Помещения для проведения занятий лекционного типа:

Учебная аудитория № 408.

Количество посадочных мест – 48.

Учебное оборудование: рабочее место преподавателя, доска магнитно-меловая, учебная парта – 24, стулья – 48, трибуна для выступления.

Технические средства обучения: Мультимедийный проектор – Epson EB-X8, проекционный экран MemorySpecialist (моторизованный), ноутбук Toshiba A300-14T (Intel® Core™ 2Duo 2.10GHz/1Gb/250Gb. Выход в интернет, в том числе через wi-fi. Обеспечен доступ к информационным ресурсам в сети «Интернет» и электронной информационной образовательной среде филиала.

Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: тематические стенды – 11, слайд-презентации по темам дисциплины – 20.

Помещения для проведения практических, семинарских занятий, текущего контроля, групповых и индивидуальных консультаций, промежуточной, рубежной аттестаций:

Учебная аудитория (мультимедийный компьютерный кабинет) № 318.

Количество посадочных мест – 25.

Учебное оборудование: рабочее место преподавателя, оборудованное компьютером, доска магнитно-маркерная, учебная мебель, круглый стол.

Технические средства обучения: компьютеры (25) в комплекте (системный блок, монитор, клавиатура, мышь, ИБП), мультимедийный проектор Epson, экран для проектора (моторизованный), активная акустическая система Microlab, оснащенные доступом к информационным ресурсам в сети «Интернет» и электронной информационной образовательной среде филиала.

Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: информационные тематические стенды – 7.

Помещения для самостоятельной работы:

Учебная аудитория для самостоятельной работы, для выполнения курсовых работ № 404.

Количество посадочных мест – 24, из них 10 посадочных мест оснащены ноутбуками.

Учебное оборудование: рабочее место преподавателя, оборудованное компьютером, доска магнитно-меловая, учебная парта – 12; стулья – 24.

Технические средства обучения: ноутбуки (10). Выход в интернет, в том числе через wi-fi. Обеспечен доступ к информационным ресурсам в сети «Интернет» и электронной информационной образовательной среде филиала.

Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: тематические стенды – 6.

Учебная аудитория для самостоятельной работы № 410.

Количество посадочных мест – 20, из них 10 посадочных мест оснащены компьютерами.

Учебное оборудование: рабочее место преподавателя, оборудованное компьютером, доска маркерная, учебная парта – 10, стулья – 10.

Технические средства обучения: компьютеры (10) в комплекте (системный блок, монитор, клавиатура, мышь, ИБП). Выход в интернет, в том числе через wi-fi. Обеспечен доступ к информационным ресурсам в сети «Интернет» и электронной информационной образовательной среде филиала.

Учебная аудитория (компьютерный класс) № 300.

Количество посадочных мест – 20, из них 20 посадочных мест оснащены компьютерами.

Учебное оборудование: рабочее место преподавателя, оборудованное компьютером, доска маркерная, учебная мебель.

Технические средства обучения: компьютеры (20) в комплекте (системный блок, монитор, клавиатура, мышь, ИБП). Аудитория обеспечена доступом к информационным ресурсам в сети «Интернет» и электронной информационной образовательной среде филиала.

Лаборатория экономики и управления № 420.

Количество посадочных мест – 20.

Учебное оборудование: рабочее место преподавателя, оборудованное компьютером, учебная мебель.

Технические средства обучения: компьютеры в комплекте (системный блок, монитор, клавиатура, мышь, ИБП), мультимедийный проектор Epson, документ-камера Epson. Аудитория обеспечена доступом к информационным ресурсам в сети «Интернет» и электронной информационной образовательной среде филиала.

Библиотека (читальный зал)

Количество посадочных мест – 100, из них 10 посадочных мест оснащены компьютерами.

Учебное оборудование: картотека, полки, стеллажи, учебная мебель, круглый стол.

Технические средства обучения – компьютеры (10) в комплекте (системный блок, монитор, клавиатура, мышь, ИБП), телевизор, мониторы (для круглого стола), книги электронные PocketBook614, оснащенные доступом к информационным ресурсам в сети «Интернет», электронной информационной образовательной среде филиала.

Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: шкаф-стеллаж – 2, выставка – 2, выставка-витрина – 2, стенд – 2, стеллаж демонстрационный – 1, тематические полки – 6.

Специальные помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования

Специальное помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования № 309

Оборудование: стол для профилактики учебного оборудования, стул, стеллаж для запасных частей компьютеров и офисной техники, воздушный компрессор, паяльная станция, пылесос, стенд для тестирования компьютерных комплектующих, лампы.

Специальное помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования №316

Оборудование: стол для профилактики учебного оборудования, стул, шкаф для хранения учебного оборудования; ассортимент отверток, кисточек, мини-мультиметр, дополнительные USB Flash накопители, сумка для CD/DVD дисков.

Специальное помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования № 24

Оборудование: столярный станок, электролобзик, шуруповёрт, электродрель, электрозамеряющие приборы, стол для профилактики учебного оборудования, стул, стеллажи для хранения

Специальное помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования №14 в спорткомплексе

Оборудование: стеллаж, шкаф-стеллаж, сейф металлический, винтовки, стрелковый электронный тренажер, ракетки теннисные, корзина для мячей, ковровые дорожки, стол для настольного тенниса, мячи теннисные, мячи баскетбольные, мячи волейбольные, мячи футзальные соревновательные, мячи футзальные тренировочные.

## 9 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Подготовка к практическим работам – это вид самостоятельной работы обучающихся по закреплению полученных знаний и систематизации информации, которая оформляется в виде отчетов по практическим работам и ответов на контрольные вопросы. Срок выполнения – день проведения практической работы по изученной теме.

Процесс подготовки к практическим работам включает изучение нормативных документов, обязательной и дополнительной литературы по рассматриваемому вопросу. Прежде чем приступить к выполнению практической работы студенту необходимо обратить особое внимание на цели и задачи практической работы, изучить соответствующие методические материалы.

Рекомендации по выполнению практической работы:

- изучение теоретического материала по теме работы (по вопросам изучаемой темы);
- выполнение необходимых расчетов;
- оформление отчета с заполнением необходимых таблиц, построением графиков, подготовкой выводов по проделанным расчетам;
- подготовка к защите отчета – по каждой практической работе проводится контроль: проверяется содержание отчета, проверяется усвоение теоретического материала.

Отчет по выполненной практической работе должен содержать:

- тему работы;
- цель работы;
- схема;
- таблицы результатов измерений и расчетов;
- расчетная, графическая или расчетно-графическая части, содержащие формулы, графики, диаграммы и т.д.;
- вывод с заключением о проделанной работе.

Для расширения знаний по дисциплине рекомендуется использовать Интернет-ресурсы: проводить поиск в различных поисковых системах, таких как [www.rambler.ru](http://www.rambler.ru), [www.yandex.ru](http://www.yandex.ru), [www.google.ru](http://www.google.ru), [www.yahoo.ru](http://www.yahoo.ru) и использовать материалы сайтов, рекомендованных преподавателем на лекционных занятиях.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных вопросов тем учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого студента, ее объем по дисциплине определяется учебным планом. При самостоятельной работе обучающийся взаимодействует с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя. Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса или посредством тестирования.

В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из

рекомендованных первоисточников. Для успешной подготовки к занятиям практического типа по дисциплине необходимо тщательно отбирать материал для раскрытия вопросов тем. Для реализации принципа индивидуального подхода на занятиях предлагаются учебно-ролевые игры, кейс-задания, выполнение проектов слайд-презентаций, рассматриваются и одобряются авторские подходы к их реализации.

Методические указания по подготовке доклада к защите отчета по практической работе, проекта слайд- презентации.

1. Доклад - это сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материал, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.
2. Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме занятия.
3. Материалы при его подготовке должны соответствовать научно-методическим требованиям ВУЗа и быть указаны в докладе.
4. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания.
5. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными.
6. Работа студента над докладом-презентацией включает отработку навыков ораторства и умения организовать и проводить диспут.
7. Студент в ходе работы по презентации доклада, отрабатывает умение ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей.
8. Студент в ходе работы по презентации доклада, отрабатывает умение самостоятельно обобщить материал и сделать выводы в заключении.
9. Докладом также может стать презентация реферата студента, соответствующая теме занятия.
10. Студент обязан подготовить и выступить с докладом в строго отведенное время преподавателем, и в срок.

Методические указания к составлению слайд-презентации

Презентации рассматриваются как вспомогательное дидактическое средство обучения, используемое студентом на семинаре в качестве основного теоретического материала или комментария, дополнений и объяснений. Под электронной презентацией понимается логически связанная последовательность слайдов, объединенных одной тематикой и общими принципами оформления. При создании презентаций для сопровождения занятий необходимо придерживаться следующих правил:

- на титульном листе располагается название дисциплины, тема семинарского занятия, фамилия и инициалы студента, контактная информация.
- презентации докладов рекомендуется готовить в программе PowerPoint.
- на отдельном слайде приводится план выступления.
- оформление слайдов производится в едином формате, стиле и цветовой гамме, при условии, что педагогическая технология не требует иного.

Необходимо оформлять колонтитулы слайд-конспекта: дату и номер слайда. Можно использовать анимацию, иллюстрации, видеофрагменты.

Желательно в презентации использовать гиперссылки.

Презентация должна заканчиваться итоговым слайдом, на котором помещаются основные выводы, список используемой литературы.

Методические указания к составлению структурно-логических схем:

- число элементов должно быть небольшим
- информация, содержащаяся в каждом элементе, должна легко усваиваться даже при кратковременном восприятии;
- связи между элементами должны адекватно отражать объективно существующие связи явлений природы или их отдельных сторон
- основные понятия содержания (объекты) должны быть выделены (курсив, подчеркивание и т. п.)
- элементы информации должны быть очерчены (взяты в рамку)
- логически связанные ячейки информации соединяются стрелками
- стрелки между элементами информации не пересекаются
- материал излагается кратко и четко, по принципу: минимум слов - максимум информации

## РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу дисциплины  
«Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"»,  
разработанную Рак Олесей Валерьевной, старшим преподавателем  
кафедры социально-гуманитарных и естественнонаучных дисциплин Костанайского филиала  
ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет», реализуемую в соответствии с  
требованиями ФГОС ВО по основной профессиональной образовательной программы высшего  
образования «Управление бизнесом»  
направления подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Рабочая программа дисциплины «Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"» предназначена для реализации государственных требований к уровню подготовки бакалавров, установленных Федеральным законом «Об образовании в РФ» от 29 декабря 2012 г. №273-ФЗ, Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Минобрнауки России от 05 апреля 2017 г. №301 и федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12 августа 2020 г. № 970.

Структура рабочей программы дисциплины «Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"», представленной на рецензирование, соответствует требованиям к разработке рабочих программ и содержит следующие элементы: титульный лист, характеристика и назначение дисциплины, место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы, перечень планируемых результатов обучения по дисциплине; объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических часов, выделенных на контактную и самостоятельную работу со студентом; тематический план и содержание дисциплины; перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных технологий, программных средств, используемых в учебном процессе; фонд оценочных средств; методические указания обучающимся по освоению дисциплины; материально-техническая база, необходимая для осуществления учебных занятий по дисциплине, в том числе набор демонстрационного оборудования и материалов для проведения лекционных и практических занятий. Рабочая программа дисциплины ориентирована на инклюзивное обучение студентов.

Программа сформирована последовательно, логически верно, что позволяет обеспечить необходимый уровень усвоения общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций. Автором программы указаны различные формы учебной работы (лекции, практические занятия), а также виды самостоятельной работы студентов с расчетом часов и рейтинга по каждому виду учебной деятельности. Помимо традиционных методов проведения занятий, предусмотрено использование активных методов обучения.

Учитывая вышеизложенное, рабочая программа дисциплины «Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"» может быть использована для методического обеспечения учебного процесса в рамках основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Рецензент,  
профессор кафедры информатики  
Костанайского регионального  
университета им. А. Байтурсынова Т.С. Шумейко





**Лист регистрации дополнений и изменений  
в рабочей программе дисциплины (модуля)**

Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"

по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

основной профессиональной образовательной программы высшего образования Управление бизнесом

на 2024 / 2025 учебный год

<b>№ п/п</b>	<b>Номер и название раздела РПД</b>	<b>Краткая характеристика вносимых дополнений / изменений в РПД</b>	<b>Дата и номер протокола заседания кафедры</b>	<b>Дата и номер протокола заседания Учебно-методического совета</b>	<b>Дата и номер протокола заседания учёного совета филиала</b>
1	Раздел 7.1 Рекомендуемая литература	Актуализированы источники основной и дополнительной литературы	06.02.2024 г., протокол № 06	15.02.2024 г., протокол № 06	29.02.2024 г., протокол № 07
2	Раздел 7.2 Перечень информационных технологий	Актуализированы даты лицензионного программного обеспечения	06.02.2024 г., протокол № 06	15.02.2024 г., протокол № 06	29.02.2024 г., протокол № 07