

СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и в качестве выполненных рефератов.

СР включает следующие виды работ:

- работа с учебной литературы;
- поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания в виде подготовки презентации, реферата по изучаемой теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к семинарским занятиям;
- практико-ориентированные задания;
- конспектирование первоисточников, изучение научной, учебно-методической литературы;
- моделирование содержания темы: составление структурно-логических схем, таблиц, создание графиков, рисунков и т.п.
- подготовка к зачету в 1-м семестре.

ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

2 СЕМЕСТР

Тема 1-2. Понятие интернета, история его развития.

1. Возникновение интернета.
2. Основные понятия интернет-маркетинга.
3. Задачи и цели маркетинга в интернете.
4. Будущее информационных технологий.

Термины: интернет, интернет-маркетинг, информационные технологии.

Литература: [2 – С. 9-72; 3 — С.12-24; 4 - С. 6-36; 5— С. 15-25].

Тема 3-4. Основные направления интернет-маркетинга.

1. Реклама, корпоративный сайт, социальные медиа.
2. Роль и место интернет-маркетинга в стратегии организации.
3. Техническая инфраструктура сайта.

Термины: медиа, корпоративные медиа, интернет-маркетинг

Литература: [2 – С. 125-19; 3 — С.14-32; 4 - С. 20-34; 5— С. 29-53].

Тема 5-6. Прикладное программное обеспечение.

1. Классификация ПО: по типу, по сфере применения.
2. Инструментальное программное обеспечение рекламиста.
3. Пакеты прикладных программ.

Термины: прикладное обеспечение

Литература: [2 – С.191-201; 5— С.188-217].

Тема7-8. Технологии создания профессиональных текстовых документов.

1. Текстовые редакторы,
2. Текстовые процессоры
3. Настольные издательские системы.

Термины: издательские системы, текстовый редактор

Литература: [1– С. 9-57; 2 – С. 291-304; 4 - С.128-140; 5— С.55-63].

Тема9-10. Создание одностраничного сайта.

1. Основные термины HTML.
2. Настройка структуры документа HTML.
3. Самозакрывающиеся элементы.
4. Валидация кода.
5. Основные термины CSS.
6. Работа с селекторами.
7. Подключение CSS.

Термины: лендинг, лонгрид, валидация кода

Литература: [1– С.9-57; 2 – С. 341-348; 3 — С.152-168; 5— С.107-118].

Тема11-12. Интернет-реклама.

1. Виды интернет-рекламы.
2. Основные площадки.
3. Основные показатели медиапланирования.
4. Принципы формирования бюджета на интернет-рекламу.

Термины: медиапланирование, интернет-реклама, CTR

Литература: [1– С.68-69; 2 – С. 341-348; 3 — С.174-188; 4 - С.162-178; 5— С.133-138].

Тема13-14. Маркетинг в поисковых системах.

1. Контекстная реклама.
2. Поисковые роботы и специализированные справочные службы.
3. Поисковая оптимизация.
4. Стратегия поиска информации в электронных каталогах.
5. Мониторинг запросов пользователей.

Термины: SEO, контекстная реклама, электронный каталог

Литература: [2 – С.191-201; 5— С.188-217].

Тема 15-16. Социальные медиа в маркетинге.

1. Блогосфера и микроблогинг.
2. Социальные сети.
3. Мобильный маркетинг.
4. Таргетированная реклама.

Термины: мобильный маркетинг, таргетинг.

Литература: [1– С.9-57; 2 – С. 341-348; 3 — С.152-168; 5— С.107-118].

Тема 17-18. Факторы ранжирования интернет-сайтов.

1. Оценка сайта и разработка стратегии продвижения
2. Оптимизация страниц, написание текстов, исправление технических ошибок – согласно выбранной стратегии.
3. Факторы ранжирования интернет-сайтов.

Термины: SEO, ранжирование сайта, индексация сайта.

Литература: [2 – С. 9-72; 3 — С.12-24; 4 - С. 6-36; 5— С. 15-25].

3 СЕМЕСТР

Тема 19-21. SMM и SEO-технологии как функциональные инструменты интернет-маркетинга.

1. Функции SEO.
2. Способы монетизации сайта.
3. Оценка эффективности продвижения сайта.
4. Задачи SMM. SMM-инструменты.
5. Ключевые навыки SMM-специалиста.
6. Ключевые навыки SEO-специалиста.

Термины: SEO, SMM, лендинг, хостинг, CMS.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Проанализировать рекрутинговые сайты на предмет востребованности специалистов в сфере SEO и SMM.

Литература: [2 – С. 125-19; 3 — С.14-32; 4 - С. 20-34; 5— С. 29-53].

Тема 22-24. SEO-продвижение: понятие, основные принципы.

1. Понятие SEO-продвижения.
2. Виды сайтов.
3. Инструменты продвижения сайта.
4. Развитие поисковых систем. Современное состояние.
5. Факторы ранжирования сайта.
6. Подбор каналов коммуникации и методов эффективного взаимодействия с целевой аудиторией.

Термины: поисковые системы, CMS, юзабилити сайта, домен, А/В тестирование, сплит-тестирование.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Проанализировать основные поисковые системы в интернете.

Литература: [2 – С.191-201; 5— С.188-217].

Тема 25-27. Фильтры поисковых систем.

1. Виды оптимизации.
2. Типы фильтров.
3. Фильтры Яндекса.
4. Фильтры Google.
5. Фильтры за накрутку поведенческих факторов.
6. Работа с фильтрами. Снятие фильтров.

Термины: внутренняя оптимизация, внешняя оптимизация, ранжирование, поведенческие факторы.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
- дать сравнительную характеристику основных фильтров в Яндексе и Google.

Литература: [1– С. 9-57; 2 – С. 291-304; 4 - С.128-140; 5— С.55-63].

Тема 28-30. Копирайтинг. SEO-копирайтинг.

1. Особенности SEO-копирайтинга.
2. Контент на сайте: специфика формирования.
3. Поисковые запросы в SEO-тексте.
4. Логика, структура и композиция SEO-текста.
5. Рекламные приёмы и инструменты в SEO-тексте.

Термины: копирайтинг, SEO-копирайтинг, LSI-копирайтинг, копирайтер, оптимизация текста, тошнотность текста, индексация сайта, оригинальность контента.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
- Составить контент-план для сайта по выбранной тематике
- Оценить эффективность SEO-текста

Литература: [1– С.9-57; 2 – С. 341-348; 3 — С.152-168; 5— С.107-118].

Тема 31-33. Оптимизация сайта. Внутренняя оптимизация. Внешняя оптимизация.

1. Факторы внутренней оптимизации.
2. Факторы внешней оптимизации.
3. Формирование ссылочной массы.
4. Неэтичные методы продвижения.

Термины: плотность текста, теги, мета-теги, перелинковка, ссылочная масса, внешние ссылки, тайпсквоттинг, дорвеи, клоакинг, свопинг, PageRank.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
- PageRank: функции и современное использование.
- Неэтичные методы продвижения: анализ, примеры, перспективы.

Литература: [1– С.68-69; 2 – С. 341-348; 3 — С.174-188; 4 - С.162-178; 5— С.133-138].

Тема 34-36. Семантическое ядро сайта.

1. Классификация поисковых запросов.
2. Частотность запросов.
3. Конкурентность запросов. Конверсия.
4. Инструменты оценки уровня конкурентности запросов.
5. Сбор статистики поисковых запросов.

Термины: ключевые слова, сервисы подбора ключевых слов, конверсия, оптимизация ключевых слов.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Составить семантическое ядро для сайта по выбранной тематике.
 - Составить бриф для написания seo-текста.

Литература: [2 – С.191-201; 5— С.188-217].

Тема 37-40. Траст сайта. Индексация сайта.

1. Траст сайта: понятия, факторы.
2. Поведенческие факторы.
3. Индексация сайта: основные механизмы.
4. Настройка веб-проектов разных типов с учетом эффективного подхода к поисковому продвижению.

Термины: ссылочная масса, поведенческие факторы, тематический индекс цитирования, матрикснет.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Оценить траст сайтов по выбранной тематике.

Литература: [1– С.9-57; 2 – С. 341-348; 3 — С.152-168; 5— С.107-118].

Тема 41-44. Сущность, основные каналы и приемы продвижения товаров и услуг в Интернете посредством SMM.

1. Социальные сети и их особенности.
2. Использование социальных сетей в бизнесе.
3. Таргетированная реклама.
4. Реклама в Facebook.
5. Реклама на YouTube.
6. Реклама в Одноклассниках.
7. Реклама в Instagram.

Термины: таргетинг, контент-план, сообщество, аудитория, охват, раскрутка сообщества.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Заполнить таблицу:

	Facebook	VK	Одноклассники	Instagram
Год основания				
Основатель(и)				
Охват аудитории в мире (с указанием источника статистики)				
Целевая аудитория (пол, возраст, статус, доход)				
Юзабилити сети (2-3 предложения)				
Основной контент сети (2-3 предложения)				
Возможности заработка (2-3 предложения)				
Уникальность сети – это ...				
Лайфхак для пользователя сети				

Литература: [2 – С. 9-72; 3 — С.12-24; 4 - С. 6-36; 5— С. 15-25].

Тема 45-48. Оценка эффективности SMM-кампаний.

1. Медиапланирование, аналитика и оценка эффективности SMM-кампаний.
2. Использование специализированных инструментов статистики в социальных сетях.
3. Отслеживание конверсий.

Термины: конверсия, фиксированная ставка, таргетинг, аккаунт, настройка кампании, CRM

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Изучить инструменты smm-продвижения.
 - Проанализировать работу сервисов по оценке эффективности smm-кампании.

Литература: [2 – С. 125-19; 3 — С.14-32; 4 - С. 20-34; 5— С. 29-53].

Тема 49-52. Взаимодействие SMM и SEO.

1. Создание консолидированных стратегий эффективного интернет-маркетинга.
2. Цели SMO.
3. Интегрирование сайта с социальными сетями.

Термины: плагин, конверсия, DNS, рекламные сети Google и Яндекс.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.

2. Темы творческих работ:

- Проанализировать плагины интегрирования сайта с социальными сетями.

- Проанализировать технологии отслеживания конверсий на сайтах и в социальных сетях.

Литература: [[1](#)– С.68-69; [2](#) – С. 341-348; [3](#) — С.174-188; [4](#) - С.162-178; [5](#)— С.133-138].