

## Цель освоения дисциплины

Дать навыки практического применения маркетинговых инструментов с помощью возможностей, которые дает интернет

## Краткое содержание дисциплины

Интернет маркетинг дает возможность практически мгновенного анализа тех действий, которые направлены на коммуникацию с потребителем. Будут рассмотрены основные точки взаимодействия между потребителем и производителем. Кроме теоретической части предполагается изучение практических программ и интерфейсов для анализа и планирования взаимодействия с потребителями. В настоящее время систематизация точек касания между производителем и потребителем позволяет комплексно подходить к анализу эффективности маркетинговых инициатив. Это позволяет приступать к разработке экосистемы стимулов и реакций.

На первом этапе будут рассмотрены вопросы основ маркетинга и его роли в бизнес- процессах, какие задачи могут быть решены и систематизированы инструментами интернет-маркетинга. Выявление потребностей аудитории и ее сегментация. Анализ конкурентного поля, оценка конкурентных преимуществ и угроз.

Второй этап будет посвящен настройке аналитики и определению ключевых показателей эффективности. Также будут рассмотрены основные каналы привлечения и удержания аудитории на сайт или мобильное приложение. Как определять семантическое ядро для продукта, на что надо обращать внимание при разработке продукта. Цели создания сайта или приложения, эффективные способы удержания аудитории.

Третий этап будет посвящен практической работе с интерфейсами инструментов для эффективного привлечения аудитории. Создание и управление рекламными кампаниями в контекстной рекламе, социальных сетях. Системы автоматизированных закупок.

## Преподаватель



Майминас  
Владас Андрюсович

## Общая трудоемкость дисциплины

3 зачетные единицы,  
108 часа.

## Итоговый контроль

Проводится в форме  
защиты групповых  
проектов