**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**

**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ М.В.ЛОМОНОСОВА»**

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

|  |
| --- |
| «УТВЕРЖДАЮ»  Декан экономического факультета МГУ  профессор \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.А.Аузан  «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2021 год |
|  |

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Наименование дисциплины:**

**ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ И ВЭБ-АНАЛИТИКА**

**Уровень высшего образования:**

МАГИСТРАТУРА

**Направление подготовки:**

38.04.02. МЕНЕДЖМЕНТ

**Форма обучения:**

ОЧНАЯ

Рабочая программа рассмотрена и одобрена

*Учебно-методической комиссией экономического факультета*

(протокол №\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, дата)

Москва 2021

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки магистратуры 38.04.02. Менеджмент

ОС МГУ утвержден решением Ученого совета МГУ имени М.В.Ломоносова от 28 декабря 2020 года, протокол №7

Год (годы) приема на обучение: 2021 и последующие

1. **Место и статус дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы подготовки магистра**

Статус дисциплины: *вариативная*

Триместр: 3 триместр

1. **Входные требования (реквизиты) для освоения дисциплины**

*Для успешного освоения данного курса требуются знания и умения, полученные в следующих дисциплинах:*

1. **Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Компетенции выпускников (коды)** | **Индикаторы (показатели) достижения компетенций** | **Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), сопряженные с компетенциями** |
| УК-5. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке (иностранных языках), для академического и профессионального взаимодействия | УК-5.И-1. Составляет документы (письма, эссе, рефераты и др.) для академического и профессионального взаимодействия в соответствии с нормами русского и иностранного языков | УК-5.И-1.З-1. Знает способы использования информационно-коммуникационных технологий для сбора, хранения, обработки, представления и передачи информации  УК-5.И-1.У-1. Умеет найти и проанализировать информацию, необходимую для качественного выполнения академических и профессиональных задач и достижения профессионально значимых целей, в т.ч. на иностранном языке |
| ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач | ОПК-2.И-1. Эффективно использует современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа  ОПК-2.И-2. Использует интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении управленческих и исследовательских задач | ОПК-2.И-1.З-1. Знает основные источники и методы поиска и сбора информации  ОПК-2.И-2.У-1. Умеет пользоваться информационно-аналитическими системами, находить и анализировать необходимую информацию в соответствии с решаемой задачей |

1. **Объем дисциплины по видам занятий**

Объем дисциплины составляет \_3\_ зачетные единицы: \_108\_ академических часов, в том числе \_52\_ академических часов составляет контактная работа с преподавателем, \_56\_ академических часов составляет самостоятельная работа магистранта.

1. **Формат обучения \_** очное, c использованием обучающей среды On.Econ **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**
2. **Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля),**  **Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)** | **Всего**  **(часы**) | В том числе | | | | | | |
| **Контактная работа  (работа во взаимодействии с преподавателем)**  ***Виды контактной работы, часы*** | | | | **Самостоятельная работа обучающегося**  ***Виды самостоятельной работы, часы*** | | |
| Занятия семинарского типа | Групповые консультации | Индивидуальные консультации | **Всего** | Подготовка к аудиторным занятиям | Самостоятельная внеаудиторная работа | **Всего** |
| Тема 1. Краткий экскурс в интернет-маркетинг. Важность проведения исследования | 16 | 4 |  | 4 | 8 | 4 | 4 | 8 |
| Тема 2. Каналы интернет-маркетинга: влияние внешних факторов на интернет-маркетинг. | 16 | 4 |  | 4 | 8 | 4 | 4 | 8 |
| Тема 3. Стратегия и тактика - основные различия. | 16 | 4 |  | 4 | 8 | 4 | 4 | 8 |
| Тема 4. Разные подходы к стратегии в зависимости от сегмента, целевая аудитория и необходимость сегментирования, подход к коммуникации и персонализация. | 14 | 4 |  | 4 | 8 | 2 | 4 | 6 |
| Тема 5. Аналитика проекта - на что обращать внимание? | 16 | 4 |  | 4 | 8 |  |  |  |
| Тема 6. Работа в агентстве и у клиента. Как получить крупного клиента? | 16 | 4 |  | 4 | **8** |  | 16 | 16 |
| Итоговая аттестация | 14 | 4 |  |  | 4 | 10 |  | 10 |
| **Итого** | **108** | **52** | | | | **56** | | |

**Краткое содержание тем дисциплины**

**Тема 1. Краткий экскурс в интернет-маркетинг. Важность проведения исследования**

Какие агентства бывают, роль каждого агентства.

Зачем необходимо исследование в рамках создания стратегии, инструменты для создания исследования в рамках интернет-маркетинга, хорошие варианты анализы рынка и конкурентов, как делать выводы на основе данных.

**Тема 2. Каналы интернет-маркетинга: влияние внешних факторов на интернет-маркетинг.**

Основные источники трафика до февраля 2022 года и после. Каналы в Web (Интернете) и app (приложениях): контекстная реклама, социальные сети, программатик, мобильная реклама.

Воронка продаж и соотнесение каналов по воронке. KPI (ключевые показатели) каждого этапа.

Разница по сегментам: недвижимость, электронная коммерция, медицина, сегмент на выбор студентов.

**Тема 3. Стратегия и тактика - основные различия.**

Что такое стратегия? И чем она отличается от тактики?

Пример хорошей стратегии. Точки роста - важны ли они при построении стратегии?

Специальный гость - директор по маркетингу "Лэтуаль" Офелия Шафир

**Тема 4. Разные подходы к стратегии в зависимости от сегмента, целевая аудитория и необходимость сегментирования, подход к коммуникации и персонализация.**

Специальный гость - директор по маркетингу "ФСК" Александр Лебедев

**Тема 5. Аналитика проекта - на что обращать внимание?**

Специальный гость - директор по технологиям ArrowMedia Ярослав Семенов

**Тема 6. Работа в агентстве и у клиента. Как получить крупного клиента?**

Примеры тендерного задания, плюсы и минусы работы в агентстве и на стороне клиента.

Основные пункты технического задания и как их отобразить в стратегии, чтобы проект был продан.

1. **Фонд оценочных средств для оценивания результатов обучения по дисциплине** 
   1. **Примеры оценочных средств:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Результаты обучения по дисциплине** | **Виды оценочных средств** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

* 1. **Критерии оценивания (баллы) по дисциплине:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Виды оценочных средств** | **Баллы** |
| Выполнение домашних заданий | 45 |
| Посещаемость семинарских занятий | 37,5 |
| Активность на семинарских занятиях | 37,5 |
| Экзамен | 30 |

*При наличии блокирующих элементов до промежуточной аттестации указывается порядок проведения пересдач по каждому из таких элементов.*

* 1. **Оценка по дисциплине выставляется, исходя из следующих критериев:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Оценка** | **Минимальное количество баллов** | **Максимальное количество баллов** |
| *Отлично* | 127,5 | 150,0 |
| *Хорошо* | 97,5 | 127,4 |
| *Удовлетворительно* | 60,0 | 97,4 |
| *Неудовлетворительно* | 0,0 | 59,9 |

**Примечание:** в случае, если магистрант за триместр набирает менее 20% баллов от максимального количества по дисциплине, то уже на промежуточном контроле (и далее на пересдачах) действует следующее правило сдачи: «магистрант может получить только оценку «Удовлетворительно», и только если получит за промежуточный контроль, включающий весь материал дисциплины, не менее, чем 85% от баллов за промежуточный контроль».

* 1. **Типовые задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения:**

1. Выбор сегмента и бренда, анализ рынка и конкурентов.
2. Выбор каналов, определение таргетинга и подхода
3. Доработка стратегии продвижения и тактики, определение точек роста проекта
4. Определение целевой аудитории проекта и её сегментация, разработка коммуникации и её персонализация
5. Разработка KPI проекта и необходимых инструментов для аналитики проекта
6. Доработка проекта для продажи; определение ключевого KPI проекта

**Задания оцениваются по следующим критериям:**

* Аргументированность и логичность тезисов
* Соответствие теоретическим основам, рассказанным на семинарских занятиях
* Качественная презентация
  1. **Методические рекомендации и требования к выполнению заданий:**

Все домашние задания необходимо прислать в указанные в календарно-тематическом плане сроки через портал экономического факультета МГУ(www.on.econ.msu.ru)

1. **Ресурсное обеспечение**
   1. **Перечень основной и дополнительной литературы**

***Основная литература:***

1. Максим Батырев. "45 татуировок менеджера"
2. Тони Шей "Доставляя счастье"
3. Андрей Гавриков, Владимир Давыдов, Михаил Фёдоров "Интернет-маркетинг. Настольная книга digital-маркетолога"

**8.2. Перечень лицензионного программного обеспечения**

Пакет программ Microsoft Office

**8.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

Ресурсы институциональной подписки экономического факультета МГУ

**8.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (при необходимости)**

Портал экономического факультета МГУ([www.on.econ.msu.ru](http://www.on.econ.msu.ru))

**8.5. Описание материально-технической базы**

* мультимедийная аудитория с проектором и компьютером для проведения занятий;
* портал экономического факультета МГУ([www.on.econ.msu.ru](http://www.on.econ.msu.ru));
* доступ студента в институциональную подписку факультета;
* наличие доски для письма маркером.

1. **Язык преподавания: Русский**
2. **Преподаватель (преподаватели):** Иванова Виктория Александровна
3. **Разработчики программы:** Иванова Виктория Александровна