

В курсе изучаются рекламные и маркетинговые технологии, применяемые в Интернете.

Любой проект, реализованный в сети Интернет, может стать успешным и принести прибыль его разработчику, если автор обладает необходимым набором теоретических знаний и практических навыков. Словосочетание «интернет-маркетинг» вошло в обиход русских пользователей Сети недавно. Только благодаря маркетингу в Интернете стало возможным получать информацию о структуре интернет-рынка, его основных представителях и прогнозировать тенденции его развития.

Интернет-маркетинг как наука не только реально существует, но еще и стремительно эволюционирует. Осознания уже одного этого факта достаточно для того, чтобы понять: современный рынок требует квалифицированных специалистов в данной области и со временем спрос на таких специалистов будет увеличиваться.

Профессиональный интернет-маркетолог должен обладать определенным набором базовых теоретических знаний о принципах функционирования Интернета, включающим осмысленное понимание широко используемой терминологии и владение основными сетевыми технологиями как минимум на уровне пользователя, а также иметь базовые знания в области разработки сайтов и web-дизайна.

Цели курса: изучение всех специфических особенностей рекламы и маркетинга в современном Интернете, овладение теоретическими знаниями в области поиска информации, клиентов и партнеров, навыками продвижения товаров и услуг, а также способами извлечения финансовой прибыли с использованием сетевых технологий.

### **Содержание обучения**

Введение в интернет-маркетинг. Поиск информации. E-mail-маркетинг. Поиск клиентов, заказчиков и партнеров. Web-сайт. Методы продвижения в Интернете. Баннерная реклама. Методики создания баннеров. Маркетинговые исследования в Интернете. Копирайтер и Интернет. Электронные платежные системы. Теория электронной торговли. Партнерские программы. Виртуальные биржи.

### **Тематическое планирование**

<b>№ п/п</b>	<b>Тема</b>	<b>Содержание</b>	<b>Кол-во часов</b>
1	Введение в интернет-маркетинг. Аудитория Всемирной сети. Российский, зарубежный Интернет. Рынок электронной коммерции	Маркетинг, критерии профессионального уровня маркетолога	2
2	Эффективный поиск информации. Поисковые системы	Релевантность поиска, интерактивные каталоги, язык запросов. Спайдер. Индекс поисковой системы	4

3	Е-mail-маркетинг. Подпись к сообщениям e-mail. Поиск клиентов, заказчиков и партнеров. Организация почтовой рассылки	Web-сайт. Е-mail-маркетинг. Спам	3
4	Web-сайт. Сервер, сайт. URL и DNS. Что такое HTML? Полезные web-технологии. Java и JavaScript. CGI. SSI. PHP. Macromedia Flash. Хостинг. Хостинг у провайдера. Платный хостинг. Позиционирование	Сервер, сайт, домашняя страничка. Домен, доменная система имен. HTML Web-хостинг. Позиционирование	5
5	Методы продвижения в Интернете. Домен. Регистрация в поисковых системах. Использование рейтингов. Использование бесплатных досок объявления. Обмен ссылками	«Раскрутка» сайта. Рейтинг, счетчик посещений	5
6	Баннерная реклама. Эффективность баннера. Службы баннерного обмена. Размещение баннера на сайте. Планирование баннерной рекламной компании в Интернете	Баннер. CTR. Текстовые баннеры, интерактивные баннеры. Гиперссылка-комментарий	7
7	Методики создания баннеров. Графические форматы. GIF. JPEG. PNG. Создание графического баннера. Создание анимированного баннера. Создание эффективного баннера	Interlace. Статический баннер, анимированный баннер	1
8	Маркетинговые исследования в Интернете. Компоненты форм. Проектирование форм. Обработка результатов	Активные и пассивные исследования	1
9	Копирайтер и Интернет. Искусство рекламного текста. Слагаем слоган. Отстройка от конкурентов	ЕКопирайтер. Слоган. Свертка	1

10	Электронные платежные системы. PayCash, WebMoney Transfer, CyberPlat. Кредитные и дебетовые карты. Виртуальные банковские карты. Платежные системы на основе электронной наличности	Кредитная карта. Дебетовая карта. PIN. Виртуальные банковские карты (Visa E-c@rd, Eurocard/Master Card Virtual). Электронные деньги	1
11	Теория электронной торговли. Покупка в электронном магазине. Оплата покупки. Классификация электронных	Электронные витрины. Торговые площадки. Полнофункциональные электронные магазины 1	1
12	Партнерские программы. Виды партнерских программ. Именные чеки	Рефид, реферал, web-брокер	2
13	Виртуальные биржи. Рынок ценных бумаг	Биржа. Обеспечение (протекция) сделки. Депозитный сертификат, вексель, облигация, срочный контракт. Венчурный проект	1

### **Ожидаемые результаты обучения**

После прохождения курса учащиеся должны:

знать:

- что такое маркетинг;
- как эффективно осуществлять поиск информации в сети Интернет, используя язык запросов;
- правила составления коммерческих сообщений для сети Интернет;
- что такое e-mail-маркетинг;
- «методы продвижения в Интернете»;
- методики создания баннеров;
- способы привлечения внимания читателей;
- основы теории электронной торговли;
- что такое партнерские программы;
- что такое виртуальная биржа;

уметь:

- осуществлять сбор и анализ маркетинговой информации; владеть методикой маркетингового исследования;
- составлять алгоритм поиска потенциальных клиентов, партнеров и инвесторов;
- владеть основами теории e-mail-маркетинга;
- использовать рекомендации по оптимальной структуре интернет-проекта;
- создавать эффективный баннер;
- создавать рекламный текст, короткий рекламный девиз (слоган);
- выбирать электронный магазин для покупки товаров;
- ориентироваться в электронных платежных системах, составлении биржевых операций.

## **Рекомендуемая литература**

1. Коржинский С. Настольная книга web-мастера: Эффективное применение HTML, CSS, и JavaScript. М.: КноРус, 2000.

2. Петюшкин А. Основы баннерной рекламы. СПб.: ВHV, 2002.

3. Холмогоров В. Интернет-маркетинг. СПб.: Питер, 2000.

4. Интернет-ресурсы:

<http://www.promo.ru> — электронная энциклопедия, освещающая аспекты интернет-маркетинга и электронной рекламы;

<http://www.marketing.spb.ru> — информационный портал, включающий публикации по маркетингу;

<http://www.monitoring.ru> — сайт, на котором публикуются результаты статистических исследований российского и зарубежного Интернета;

<http://www.spylog.ru> — бесплатная система, позволяющая собирать статистические данные более чем по 600 параметрам;

<http://www.cyberatlas.internet.com> — сайт, содержащий результаты различных маркетинговых исследований;- -

<http://www.emarketer.com> — сайт, посвященный вопросам электронной коммерции и бизнеса в Интернете;

<http://www.susanin.net> — информационный каталог с широкой базой ссылок и возможностями поиска.