

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования

**ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ (ТУСУР)**

Кафедра автоматизации обработки информации

Утверждаю

Зав. кафедрой АОИ

_____ Ю.П. Ехлаков

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Методические указания к практическим занятиям и по организации самостоятельной работы для студентов, обучающихся по направлению подготовки магистра 080500.68 «Бизнес-информатика». Магистерская программа «Предпринимательство и организация бизнеса в сфере информационных технологий»

Составитель:

м.н.с. каф. АОИ, Бараксанов Д.Н.

Томск, 2012

Содержание

1.Основные положения.....	3
2.Практические занятия (семинары).....	4
2.1.Проведение маркетинговых исследований с применением открытых источников Интернет.....	4
2.2.Инструменты получения первичной маркетинговой информации в Интернет.....	4
2.3.Инструменты интернет-рекламы и способы размещения рекламных сообщений.....	5
2.4.Поисковая оптимизация и PR в Интернет.....	5
2.5.Продвижение в социальных медиа.....	6
2.6.Выбор индикаторов оценки эффективности функционирования и продвижения интернет-ресурса.....	6
2.7.Использование систем веб-аналитики для оценки эффективности функционирования и продвижения интернет-ресурса.....	7
2.8.Определение целевой аудитории, формулирование целей продвижения, формирование бюджета и выбор инструментов.....	7
2.9.Разработка медиаплана, планирование системы оценки эффективности.....	8
3.Подготовка и защита реферата.....	9
4.Индивидуальные творческие задания.....	10
4.1.Маркетинговый анализ создания и развития интернет-ресурса.....	10
4.2.Разработка программы продвижения интернет-ресурса.....	10
5.Рекомендуемая литература.....	12

1. Основные положения

Цель практических занятий и самостоятельной работы – закрепить знания, полученные студентами на лекциях, получить практические навыки, научить студентов проводить самостоятельные исследования по выбранной теме, а также применять полученные теоретические знания для решения практических задач.

При выполнении практических занятий студентами усваиваются и закрепляются отдельные разделы курса по управлению IT-сервисами и контентом. Практические занятия выполняются на ПЭВМ, результаты работ оформляются в виде отчетов. Защита отчетов по практическим занятиям предусматривает как объяснение полученных результатов, так и ответы по разделам теории, на основе которой они получены.

Самостоятельная работа предполагает подготовку к тестовым опросам по теоретической части курса, подготовку к практическим занятиям и написание рефератов по отдельным проблемам, затрагивающимся при изучении курса. Выполнение индивидуального задания предполагает выполнение студентом конкретных проектных решений на основе теоретических знаний и результатах выполнения практических занятий. Индивидуальные задания выполняются во внеучебное время (самостоятельная работа).

2. Практические занятия (семинары)

2.1. Проведение маркетинговых исследований с применением открытых источников Интернет

Цель. Практическое занятие ориентировано на получение практических навыков использования вторичных источников маркетинговой информации в Интернет. В результате выполнения лабораторной работы должен быть определен показатель потенциальной аудитории пользователей выбранного программного продукта или интернет-ресурса.

Задание:

1. Выбор программного трех объектов исследования, в качестве которых может быть программный продукт или интернет-ресурс.

2. Составление семантического ядра предметной области программного продукта или интернет-ресурса, используя службу «Яндекс.Wordstat».

3. Определение количественных показателей поисковых запросов и принятие решения о востребованности продукта для пользователей.

2.2. Инструменты получения первичной маркетинговой информации в Интернет

Цель. Получить практические навыки использования инструментов получения первичной маркетинговой информации в Интернет.

Задание:

1. Дать краткие характеристики и возможности основных инструментов получения первичной маркетинговой информации в Интернет.

2. Проанализировать социальные медиа как источник получения первичной маркетинговой информации.

3. Возможности использование анкетных сервисов.
4. Возможности получения первичной информации от пользователей сайта.

2.3. Инструменты интернет-рекламы и способы размещения рекламных сообщений

Цель. Получить практические навыки размещения рекламных сообщений, провести сравнительный анализ основных способов размещения рекламных сообщений.

Задание:

1. Охарактеризовать основные способы размещения медийной рекламы.
2. Определить ценовые модели и стоимость размещения медийной рекламы на региональных интернет-ресурсах.
3. Проанализировать системы размещения контекстной рекламы.
4. Сравнить стоимость размещения контекстной и медийной рекламы по унифицированным ценовым моделям.

2.4. Поисковая оптимизация и PR в Интернет

Цель. Получить практические навыки распространения PR-материалов в Интернет, а также возможности осуществления PR-деятельности в социальных медиа.

Задание:

1. Составить семантическое ядро раздела интернет-ресурса.
2. Проанализировать информационное наполнение раздела интернет-ресурса в соответствии с семантическим ядром. Подготовить рекомендации по оптимизации информационного наполнения.

3. Проанализировать позицию целевых страниц раздела интернет-ресурса в выдаче поисковых систем по целевым запросам.

4. Подготовить проект текста рекламного материала, с учетом семантического ядра раздела интернет-ресурса.

5. Проанализировать основные способы размещения PR-публикаций на сторонних интернет-ресурсах. Выявить стоимость размещения PR-материалов на региональных интернет-ресурсах.

6. Осуществить прогнозный расчет показателей эффективности публикации PR-материала, как с точки зрения поднятия в результатах выдачи поисковых систем, так и с точки зрения прямого привлечения пользователей.

2.5. Продвижение в социальных медиа

Цель: Получить практические навыки оптимизации интернет-ресурса для социальных медиа, а также возможности продвижения в социальных медиа.

Задание:

1. Изучение метатегов репостинга материалов интернет-ресурса в социальные медиа.

2. Анализ возможностей продвижения в социальных медиа.

3. Механизмы популяризации сообществ в социальных медиа.

2.6. Выбор индикаторов оценки эффективности функционирования и продвижения интернет-ресурса

Цель. Получить практические навыки использования метрик оценки эффективности функционирования и продвижения интернет-ресурса.

Задание:

1. Выбрать показатели оценки эффективности интернет-ресурса в

зависимости от его функциональной направленности.

2. Провести расчет выбранных показателей на основании данных статистики интернет-ресурса.

3. Выбрать систему показателей результативности продвижения интернет-ресурса в зависимости от целей продвижения.

4. Провести расчет результативности продвижения в зависимости от показателей статистики интернет-ресурса.

2.7. Использование систем веб-аналитики для оценки эффективности функционирования и продвижения интернет-ресурса

Цель. Получить практические навыки работы с системами веб-аналитики на примере Яндекс.Metrika и Google.Analytics.

Задание:

1. Регистрация интернет-ресурса и установление счетчиков Яндекс.Metrika и Google.Analytics.

2. Изучение основных возможностей систем Яндекс.Metrika и Google.Analytics.

3. Настройка отслеживания целевой активности пользователей.

4. Анализ источников трафика интернет-ресурса.

2.8. Определение целевой аудитории, формулирование целей продвижения, формирование бюджета и выбор инструментов

Цель. Получить практические навыки определения целевой аудитории, установления целей продвижения, формирование бюджета продвижения и выбора инструментов.

Задание:

1. Составить портрет целевой аудитории. Определить количество интернет-пользователей целевой аудитории.
2. Сформулировать цели продвижения, с учетом прогнозной конверсии.
3. Определить бюджет продвижения.
4. Осуществить выбор инструментов продвижения в зависимости от портрета целевой аудитории, целей и бюджета продвижения.

2.9. Разработка медиаплана, планирование системы оценки эффективности

Цель. Получить практические навыки составления медиаплана и планирование системы оценки эффективности программы продвижения в Интернет

Задание:

1. Осуществить выбор системы показателей, требующих прогнозных расчетов в зависимости от целей продвижения.
2. Произвести прогнозный расчет показателей для всех инструментов продвижения.
3. Оптимизировать медиаплан относительно минимизации стоимости размещения рекламных сообщений и максимизации достижения целевых показателей.
4. Спланировать комплекс технических мероприятий по обеспечению сбора сведений, необходимых для определения планируемых показателей.

3. Подготовка и защита реферата

Подготовка рефератов ориентирована на получение углубленных знаний по отдельным проблемам, затрагивающимся при изучении курса.

Примерные темы рефератов:

1. История становления и тенденции развития теории интернет-маркетинга.
2. Анализ динамики интернет-пользователей в различных географических разрезах.
3. Использование статистики запросов поисковых систем для проведения маркетинговых исследований.
4. Проведения анализа интернет-ресурсов с целью бенчмаркинга.
5. Анализ способов распространения медийной рекламы.
6. Автоматизированные системы планирования и размещения контекстной рекламы.
7. Методы получения внешних ссылок.
8. Методы PR в интернете.
9. Использование социальных медиа для продвижения продуктов и услуг.
10. Использование систем веб-аналитики для оценки эффективности офлайн продвижения.

4. Индивидуальные творческие задания

Индивидуальные творческие задания ориентированы на получение опыта самостоятельного планирования маркетинговых мероприятий в Интернет с применением знаний и практических навыков, полученных при выполнении практических занятий.

4.1. Маркетинговый анализ создания и развития интернет-ресурса

Целью выполнения индивидуального задания является получение навыков самостоятельной оценки перспективности создания и развития интернет-ресурса.

Порядок выполнения задания:

1. Разработка концепции интернет-ресурса.
2. Определение территории позиционирования и анализ потенциальной аудитории.
3. Осуществление анализа конкурентов.
4. Выработка обоснованного решения реализации проекта либо отказе в реализации проекта.

4.2. Разработка программы продвижения интернет-ресурса.

Целью выполнения индивидуального задания является получение навыков самостоятельного планирования программы продвижения интернет-ресурсов.

Порядок выполнения задания:

1. Определить целевую аудиторию.
2. Сформулировать цели продвижения и определить бюджет.
3. Выбрать инструменты продвижения.

4. Разработать медиаплан программы продвижения.
5. Спланировать мероприятия по осуществлению оценки результативности программы продвижения.

5. Рекомендуемая литература