

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФИЛИАЛ ФГБОУ ВО «ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА» В Г. НАХОДКЕ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА И ЭКОНОМИКИ

МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ

Рабочая программа дисциплины
по направлению подготовки
38.03.05 Бизнес-информатика

Рабочая программа дисциплины «Методы и технологии продвижения информационных ресурсов» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.05 «Бизнес-информатика» и «Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» (утв. приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 г. № 301).

Составители:

Можаровский И.С., старший преподаватель кафедры информационных технологий и систем,

Кравец А.В., старший преподаватель кафедры менеджмента и экономики

Рассмотрена и утверждена на заседании кафедры менеджмента и экономики от «28» апреля 2018 года, протокол № 9

Заведующий кафедрой (разработчика)

«28» апреля 2018г.



подпись

Просалова В.С.

фамилия, инициалы

Заведующий кафедрой (выпускающей)

«28» апреля 2018г.



подпись

Просалова В.С.

фамилия, инициалы

1 Цель и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Методы и технологии продвижения информационных ресурсов» является:

1. формирование у студентов представления о базовых понятиях и функциях PR-продвижения в сфере Интернет-маркетинга;
2. приобретение студентами умения правильно выбирать стратегию продвижения в Интернете и корректировать ее в процессе выполнения;
3. изучение инструментов продвижения в Интернете, рассмотрение особенностей информационного и организационного PR в сфере информационных технологий на современном этапе развития Интернета;
4. приобретение студентами практических навыков проведения маркетинговых исследований в Интернете и продвижения веб-ресурсов, включая взаимодействие с популярными сервисами.

Задачи освоения дисциплины соответствуют основным целям образовательной программы бакалавра:

1. развитие у студентов личностных качеств, а также формирование общекультурных-универсальных (общенаучных, социально-личностных, инструментальных) и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки;
2. подготовка в области основ гуманитарных, социальных, экономических, математических и естественнонаучных знаний, получение высшего профессионального образования, позволяющего выпускнику успешно проводить ориентированные на производство разработки и научные исследования, направленные на развитие и применение информационных технологий.

2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемыми результатами обучения по дисциплине, являются знания, умения, навыки и/или опыт деятельности, характеризующие этапы/уровни формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Формируемые компетенции

Название ОПОП ВО (сокращенное название)	Компетенции	Название компетенции	Составляющие компетенции	
38.03.05 «Бизнес-информатика» (Б-БИ)	ОПК-1	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных	Знания:	информационно-коммуникационных технологий и основных требований информационной безопасности
			Умения:	решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

		технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Навыки:	владения основными методами решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ПК-10		умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Знания:	основных принципов организации и функционирования электронного предприятия на глобальном рынке
			Умения:	позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
			Навыки:	владения основными принципами организации и функционирования электронного предприятия на глобальном рынке
ПК-13		умение проектировать и внедрять компоненты ИТ-инфраструктуры предприятия, обеспечивающие достижение стратегических целей и поддержку бизнес-процессов	Знания:	основных принципов проектирования и внедрения компонентов ИТ-инфраструктуры предприятия
			Умения:	проектировать и внедрять компоненты ИТ-инфраструктуры предприятия, обеспечивающие достижение стратегических целей и поддержку бизнес-процессов
			Навыки:	владения основными принципами проектирования и внедрения компонентов ИТ-инфраструктуры предприятия, обеспечивающими достижение стратегических целей и поддержку бизнес-процессов
ПК-16		умение разрабатывать контент и ИТ-сервисы предприятия и интернет-ресурсов	Знания:	основных принципов и методов разработки контента и ИТ-сервисов предприятия и интернет-ресурсов
			Умения:	разрабатывать контент и ИТ-сервисы предприятия и интернет-ресурсов
			Навыки:	владения методами разработки контента и ИТ-сервисов предприятия и интернет-ресурсов

3 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Полученные навыки и знания являются необходимыми для успешной работы в качестве Интернет-маркетолога, специалиста по продвижению сайтов в поисковых системах (seo-специалиста), специалиста по контекстной и баннерной рекламе, а также могут быть применены при разработке информационных систем, обеспечивающих электронный бизнес, таких как веб-сайты, поисковые системы, сервисы и инструменты для продвижения в Интернете и другие веб-площадки.

Отнесение дисциплины к базовой части ОПОП определяется спецификой и миссией ВГУЭС, а также особенностями взаимодействия ВГУЭС с рынком труда и региональными требованиями, выраженными в результатах образования и компетенциях.

Входными требованиями, необходимыми для освоения дисциплины является наличие у обучающихся компетенций, сформированных дисциплиной «Информатика и программирование модуль 1», «Основы алгоритмизации и языки программирования».

На данную дисциплину опираются дисциплина «Технология, организация и проектирование систем электронного бизнеса», производственные практики.

4. Объем дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП	Форма обучения	Цикл	Курс	Трудоемкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттестации	
					Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
						лек	прак	лаб	ПА			КСР
Б-БИ	ОЗФО	Б.1.Б.2.02	2	3	24	5	–	10	9	–	84	ДЗ

5 Структура и содержание дисциплины

5.1 Структура дисциплины

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.

Таблица 3 – Структура дисциплины

№	Название темы	Вид занятия
1	Введение в маркетинг. Поиск информации в Интернете.	Лекция
		Лабораторная работа
2	Понятие и функции PR-продвижения	Лекция
		Лабораторная работа
3	Интернет-маркетинг. Поисковый спрос.	Лекция
		Лабораторная работа
4	Поиск информации в Интернете.	Лекция
		Лабораторная работа
5	Общая архитектура поисковых систем	Лекция
6	Классические модели поиска.	Лекция
		Лабораторная работа
7	Машинное обучение в информационном поиске. История поисковых систем.	Лекция

8	SEO: оптимизация сайта в поисковых системах.	Лекция
		Лабораторная работа
9	Технические аспекты продвижения сайтов. Запрещенные методы продвижения.	Лекция
		Лабораторная работа
10	Контекстная реклама.	Лекция
		Лабораторная работа
11	Баннерная реклама.	Лекция
12	E-mail Маркетинг.	Лекция
		Лабораторная работа
13	Продвижение в социальных сервисах	Лекция
14	Основы веб-аналитики.	Лекция
		Лабораторная работа

5.2 Содержание дисциплины

1. Тема 1 Введение в маркетинг.

Определение маркетинга, традиционный подход. Концепции маркетинга. Маркетинговые войны.

Литература по теме: [1], [2], [3], [4], [6], [7], [8], [9].

Формы и методы проведения занятий по теме: лекция, лабораторная работа.

Форма текущего контроля: текущий тест, отчет о выполнении лабораторной работы.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к текущему и промежуточному тестированию, лабораторным работам.

2 Тема 2. Понятие и функции PR-продвижения

Современный PR, Зарождение PR-продвижения. Маркетинговые коммуникации.

Литература по теме: [1], [2].

Формы и методы проведения занятий по теме: лекция, лабораторная работа.

Форма текущего контроля: текущий тест, отчет о выполнении лабораторной работы.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к текущему и промежуточному тестированию, лабораторным работам.

3 Тема 3. Интернет-маркетинг.

Определение Интернет-маркетинга, отличия Интернет-маркетинга от традиционного.

Особенности аудитории в Интернет. Обзор методов продвижения в Интернете. Основные инструменты Интернет-маркетинга. AIDA-S, SWOT-анализ.

Литература по теме: [4], [6], [7].

Формы и методы проведения занятий по теме: лекция, лабораторная работа.

Форма текущего контроля: текущий тест, отчет о выполнении лабораторной работы.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к текущему и промежуточному тестированию, лабораторным работам.

4 Тема 4. Поиск информации в Интернете.

Источники информации. Навигационные ресурсы. Расширенные возможности поисковых систем. Язык запросов.

Литература по теме: [1], [3], [8].

Формы и методы проведения занятий по теме: лекция, лабораторная работа.

Форма текущего контроля: текущий тест, отчет о выполнении лабораторной работы.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к текущему и промежуточному тестированию, лабораторным работам.

5 Тема 5. Общая архитектура поисковых систем.

Поисковые роботы, индекс, индексация, интерфейс предоставления результатов. Фильтрация по кворуму, ранжирование, фильтрация результатов.

Восприятие информации и его особенности. Общая характеристика процессов и способы сбора, передачи, обработки и хранения информации.

Литература по теме: [1], [5], [6].

Формы и методы проведения занятий по теме: лекция, лабораторная работа.

Форма текущего контроля: текущий тест, отчет о выполнении лабораторной работы.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к текущему и промежуточному тестированию, лабораторным работам.

6 Тема 6. Классические модели поиска.

Текстовое ранжирование. Булева, векторная, вероятностная и языковая модели. Формулы Окари BM25, Окари BM25F. Нетекстовые признаки релевантности. Показатели авторитетности. Примеры расчёта PageRank в зависимости от структуры сайта (древовидная, кольцевидная, обширное связывание).

Литература по теме: [1], [3], [7].

Формы и методы проведения занятий по теме: лекция, лабораторная работа.

Форма текущего контроля: текущий тест, отчет о выполнении лабораторной работы.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к текущему и промежуточному тестированию, лабораторным работам.

7 Тема 7. Машинное обучение в информационном поиске. История поисковых систем.

Основные понятия. Методы получения обучающих данных. Технология Матрикснет поисковой системы Яндекс.

История поисковых систем с начала их возникновения до настоящего времени. Архитектура поиска и история развития наиболее популярных в российском сегменте поиска на настоящий момент поисковых систем Яндекс и Google.

Основные понятия. Методы получения обучающих данных. Технология Матрикснет поисковой системы Яндекс.

Литература по теме: [1], [3], [6], [9].

Формы и методы проведения занятий по теме: лекция, лабораторная работа.

Форма текущего контроля: текущий тест, отчет о выполнении лабораторной работы.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к текущему и промежуточному тестированию.

8 Тема 8. SEO: оптимизация сайта в поисковых системах.

Обзор методов и технологий. Внутренние, внешние, поведенческие факторы. Составление семантического ядра. Контент-анализ. Технические аспекты продвижения: индексация, зеркала сайта, карты сайта, доступность сайта. Работа над внутренними факторами.

Технический аудит сайта, исправление ошибок кода. SEO-аудит сайта. Модификация заголовков, контента, навигации сайта. Работа над внешними факторами. Ссылочный профиль сайта. Источники внешних ссылок и способы их получения. Работа над поведенческими факторами. Улучшение представления сайта в результатах поиска.

Запрещённые методы продвижения. Поисковый спам. Санкции поисковых систем Google и Яндекс: описание, симптомы. Оценка эффективности продвижения в поисковых системах.

Основные понятия. Методы получения обучающих данных. Технология Матрикснет поисковой системы Яндекс.

Литература по теме: [2], [4], [6], [9], [11].

Формы и методы проведения занятий по теме: лекция, лабораторная работа.

Форма текущего контроля: текущий тест, отчет о выполнении лабораторной работы.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к текущему и промежуточному тестированию, лабораторным работам.

9 Тема 9. Технические аспекты продвижения сайтов. Запрещенные методы продвижения.

Обзор способов продвижения сайта. Запрещенные методы продвижения.

Литература по теме: [8], [9], [11].

Формы и методы проведения занятий по теме: лекция, лабораторная работа.

Форма текущего контроля: текущий тест, отчет о выполнении лабораторной работы.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к текущему и промежуточному тестированию, лабораторным работам.

10 Тема 10. Контекстная реклама. Баннерная реклама.

Обзор систем контекстной рекламы. Краткая история контекстной рекламы. Подготовка сайта к рекламной кампании. Запуск и ведение контекстной рекламы.

Литература по теме: [7], [10], [11].

Формы и методы проведения занятий по теме: лекция, лабораторная работа.

Форма текущего контроля: текущий тест, отчет о выполнении лабораторной работы.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к текущему и промежуточному тестированию, лабораторным работам.

11 Тема 11. Баннерная реклама.

Принципы создания баннеров. Показ баннерных объявлений.

Литература по теме: [11].

Формы и методы проведения занятий по теме: лекция, лабораторная работа.

Форма текущего контроля: текущий тест, отчет о выполнении лабораторной работы.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к текущему и промежуточному тестированию, лабораторным работам.

12 Тема 12. E-mail Маркетинг. Получение базы подписчиков. Составление писем.

Литература по теме: [11].

Формы и методы проведения занятий по теме: лекция, лабораторная работа.

Форма текущего контроля: текущий тест, отчет о выполнении лабораторной работы.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к текущему и промежуточному тестированию, лабораторным работам.

13 Тема 13. Продвижение в социальных сервисах. Социальные сети, сервисы вопросов-ответов, форумы, блоги. Краткая история социальных сетей. Продвижение в социальных сетях: контекстная реклама и продвижение сообщества. Вирусный маркетинг. Управление репутацией в Интернете. Работа с отзывами, SERM.

Литература по теме: [10], [11].

Формы и методы проведения занятий по теме: лекция, лабораторная работа.

Форма текущего контроля: текущий тест, отчет о выполнении лабораторной работы.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к текущему и промежуточному тестированию, лабораторным работам.

14 Тема 14. Веб-аналитика. Цели и задачи веб-аналитики. Краткая история веб-аналитики.

Технология Trinity. Обзор качественных и количественных показателей. Системы сбора статистики: веб-журналы, веб-маяки, счетчики JavaScript, анализаторы пакетов. Построение

отчетов, статистическая значимость результатов. Обзор систем веб-аналитики на примере Яндекс.Метрики и Google Analytics. Проведение экспериментов. Оценка эффективности SEO и рекламных кампаний.

Литература по теме: [9], [11].

Формы и методы проведения занятий по теме: лекция, лабораторная работа.

Форма текущего контроля: текущий тест, отчет о выполнении лабораторной работы.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к текущему и промежуточному тестированию, лабораторным работам.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В ходе изучения дисциплины «Методы и технологии продвижения информационных ресурсов» студенты могут посещать аудиторные занятия (лекции, лабораторные занятия, консультации). Особенность изучения дисциплины «Методы и технологии продвижения информационных ресурсов» состоит в выполнении лабораторных работ, главной задачей которых является получение навыков продвижения веб-ресурсов в Интернете.

В соответствии с учебным планом направления подготовки обучение дисциплине состоит из лекционных и семинарских занятий. На лекционных занятиях предлагается базовый теоретический материал курса, разбираются концептуальные вопросы. Лекции проводятся в интерактивной форме, включают обсуждение изученного материала, ответы на вопросы студентов, дискуссии, разбор примеров. При подаче материала преподаватель обращается к практическому опыту студентов для иллюстрирования материала.

Во вводной части первой лекции преподаватель излагает студентам цель курса, краткий план, требования к прохождению курса, требования для получения положительной оценки на экзамене. Далее в лекциях детально объясняются методы продвижения веб-ресурсов с обоснованием их применимости, при необходимости рассказываются дополнительные сведения о предметной области (такие как исторические справки, примеры успешных реализаций и подобные). Кроме методов, используемых в настоящее время, освещаются методы, ранее эффективно применяемые на практике, с целью сформировать у студента глубокое понимание сферы Интернет-маркетинга.

На семинарских занятиях студенты осваивают и закрепляют теоретический материал, изучают специализированные программные сервисы, применяют полученные знания при выполнении заданий с использованием вычислительных устройств. Семинарское занятие на 10 неделе по теме «Продвижение в социальных сетях» предполагает коллективную работу группы студентов.

В рамках самостоятельной работы студент выполняет индивидуальное семестровое задание, а также занимается изучением дополнительной литературы, приведенной ниже, и сервисов по продвижению сайтов.

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

В процессе самостоятельной работы при изучении дисциплины студенты могут использовать в специализированных аудиториях терминалы, подключенные к центральному серверу, обеспечивающему доступ к современному программному обеспечению, необходимому для изучения дисциплины, а также доступ через локальную сеть университета к студенческому файловому серверу и через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» к хранилищу полнотекстовых материалов и к электронной образовательной среде, где в электронном виде располагаются учебно-методические и раздаточные материалы, которые могут быть использованы для самостоятельной работы при изучении дисциплины.

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине созданы фонды оценочных средств (Приложение 1).

9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) Основная литература:

1. Международный маркетинг и бизнес: учеб. пособие для студентов вузов / Н. К. Моисеева. - М.: КУРС: ИНФРА-М, 2015. - 272 с.
2. Маркетинговые войны. Юбилейное издание / Д. Траут, Э. Райс; [пер. с англ.]. - СПб.: Питер, 2015. - 304 с. - (Деловой бестселлер).
3. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях / Дамир Халилов. – 2-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 240с.
4. Маркетинговые исследования рыночных ниш инновационных продуктов / Б. Е. Токарев. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2015. - 272 с. - Библиогр.: с. 266-271.

б) Дополнительная литература:

5. Сегалович И.В., Маслов М.М. «Некоторые аспекты полнотекстового поиска и ранжирования в Яндексе». 2004.
6. Успенский И.В. «Интернет-маркетинг». Учебник. - СПб.: Изд-во СПГУЭиФ, 2003.
7. Зябрев И., Пожарков О., Пожаркова И. «Алгоритм отбора максимально эффективного множества доноров для продвижения сайта в поисковых системах». 2011.
8. Энж Э., Спенсер С., Фишкин Р., Стрикчиола Д. «SEO. Искусство раскрутки сайтов». 2011. БХВ-Петербург, 592 с.
9. Траут Д., Райс Э. Маркетинговые войны. СПб.: Питер, 2009
10. Манн И. Маркетинг на 100 %: ремикс. Как стать хорошим менеджером по маркетингу. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2007.
11. Котлер Ф. Основы маркетинга. Litres, 2011.

10. Перечень ресурсов информационно - телекоммуникационной сети «Интернет»

а) полнотекстовые базы данных:

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU: <http://www.eLIBRARY.RU>
2. Ресурс Цифровые учебные материалы <http://abc.vvsu.ru/>
3. ЭБС «Рукопт»: <http://www.rucont.ru/>
4. ЭБС «Юрайт»: <http://www.biblio-online.ru/>

11. Перечень информационных технологий

Для проведения лекционных занятий требуется:

- Аудиторный класс на 20 человек,
- Ноутбук/компьютер, мультимедиа-проектор для презентаций, экран – для лекций
- Программное обеспечение для лекций: MS PowerPoint (MS PowerPoint Viewer)

Для проведения семинарских занятий требуется:

- Компьютерный класс с доступом в Интернет и к веб-ресурсам, указанным в части 10 данной программы.

-Программное обеспечение в компьютерном классе: MS Office, браузер Mozilla Firefox или Google Chrome, безопасный ftp-агент, редакторы кода веб-страниц.

12. Электронная поддержка дисциплины

При изучении дисциплины для проработки всех тем и выполнения заданий по всем темам студенты могут использовать различные учебно-методические материалы, размещаемые в электронном виде преподавателями на студенческом файловом сервере, в хранилище полнотекстовых материалов, а также в электронной образовательной среде, которая предполагает также возможность обмена информацией с преподавателем для подготовки заданий. Доступ студентов к студенческому файловому серверу, хранилищу полнотекстовых материалов, электронной образовательной среде осуществляется с использованием с использованием учетных записей студентов.

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения лекций по дисциплине используются специализированные аудитории с мультимедийным оборудованием или с возможностями подключения к такому оборудованию, позволяющему демонстрировать на большом экране приемы работы с персональным компьютером и другой лекционный материал (технические характеристики компьютера, входящего в состав мультимедийного оборудования или используемого совместно с таким оборудованием, должны обеспечивать возможность работы с современными версиями операционной системы Windows, пакета Microsoft Office, обслуживающих, прикладных программ и другого, в том числе и сетевого программного обеспечения).

Для проведения лабораторных занятий по дисциплине и для самостоятельной работы студентов необходимы:

— Компьютерный класс с доступом в Интернет и к веб-ресурсам, указанным в части 10 данной программы.

— Программное обеспечение в компьютерном классе: MS Office, браузер Mozilla Firefox или Google Chrome, безопасный ftp-агент, редакторы кода веб-страниц