

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский институт защиты предпринимателя»  
(РИЗП)**

РАССМОТРЕНО И СОГЛАСОВАНО  
на заседании кафедры «Бухгалтерский учет  
и экономика»

№ 5/1 от 10.12.2015 г.

Зав. кафедрой «Гуманитарные и социально-  
экономические дисциплины»



д.фил.н., проф. Гайломазова Е.С.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**  
по организации самостоятельной работы студентов и проведению  
практических (семинарских) занятий  
по дисциплине (модулю)

## **Интернет маркетинг**

код и наименование направления подготовки (специальности)	38.03.06 Торговое дело
направленность (профиль)	Маркетинг
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр

**Ростов-на-Дону  
2015 г.**

Учебно-методические указания по организации самостоятельной работы студентов и проведению практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю) «Интернет маркетинг» направление подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата).

**Автор(ы):**

к.э.н., доц. Тимченко Е.Ю.

(инициалы, фамилия, должность, ученая степень, ученое звание)

## **Тема 1. Сущность Интернет–маркетинга и его инструменты**

### **Задания для занятий семинарского типа**

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Сущность терминов и определений в сфере интернет-маркетинга, законодательство об ИМ. Характеристика инструментов Интернет–маркетинга
2. Роль и место системы обеспечения информационной безопасности в сфере электронной коммерции
3. Основные принципы построения системы маркетинга предприятия с учетом современных информационных технологий и использования сети Интернет

## **Тема 2. Предпринимательская деятельность на рынке бизнес–информации**

### **Задание для семинарского занятия:**

Проанализируйте стадии выполнения заказа в традиционной (offline) и электронной (online) коммерции и заполните пропуски.

<b>Стадии выполнения заказа</b>	<b>Традиционная коммерция (применяется несколько носителей информации)</b>	<b>Электронная коммерция (применяется только один носитель информации)</b>
Получение информации о товаре	Журналы, рекламные брошюры, электронные каталоги	
Оформление заявки	Консультант	
Просмотр каталогов, определение цены	Каталоги	
Проверка наличия товара и подтверждение цены	Телефон, факс	
Оформление заказа	Печатный бланк	

## **Тема 3. Анализ современного российского рынка бизнес–информации**

### **Задание для семинарского занятия:**

Технические возможности сервисов сбора статистики о посетителях «Яндекс Метрика» и «GoogleAnalytics»

Веб-аналитика необходима владельцу веб-ресурса для повышения эффективности веб-ресурса. Инструменты веб-аналитики позволяют не только формировать отчеты о посещаемости сайта, но и интерпретировать данные и формулировать гипотезы о полезных изменениях на сайте с целью повышения его эффективности.

Выберите сайт с установленным предварительно сервисом «Яндекс Метрика» и «Google Analytics». На основе полученной первичной информации необходимо создать портрет потребителя, отражающий следующие черты:

<b>Пол</b>	
<b>Возраст</b>	
<b>Место жительства</b>	
<b>Коммерческие интересы</b>	
<b>Время захода на сайт</b>	
<b>Время на сайте</b>	
<b>Глубина просмотра</b>	
<b>Предпочитаемый браузер</b>	
<b>Операционная система</b>	
<b>Мобильное устройство</b>	
<b>Разрешение дисплея</b>	
<b>Частота посещения</b>	
<b>Источник перехода</b>	
<b>Поисковая фраза</b>	
<b>Другое</b>	

#### **Тема 4. Маркетинговые стратегии поведения в экономике с несовершенной информационной инфраструктурой**

##### **Задание для семинарского занятия:**

1) Владелец кофейни в одном из оживленных районов города обратился за помощью в разработке стратегии продвижения его кофейни. Его бюджет ограничен, и он не может выделить деньги на полный комплекс средств продвижения, включая онлайн и оффлайн рекламу. Какой набор онлайн-инструментов Вы сможете порекомендовать в первую очередь?

2) К вам обратился владелец интернет-магазина, который был разработан 2 недели назад. Его магазин реализует потребительские товары сезонного спроса, и сезон начнется через 2 месяца. Какой набор инструментов интернет-маркетинга вы его порекомендуете?

3) В компании, которая является производителем молодежной одежды (женской и мужской) одним из основных каналов сбыта являются продажи через интернет-магазин. Задание — установить и устранить причину постепенного снижения продаж (тренд падения продаж и роста показателя отказа на сайте наметился ещё 4 года назад).

#### **Тема 5. Эффективность информации электронной коммерции**

##### **Задание для семинарского занятия:**

Соедините названия бизнес-моделей электронной коммерции с их кратким описанием

1.	B2B = Business-to-Business («компания –компания») -	А	«виртуальное торговое сообщество потребителей», где каждый человек может покупать и продавать вещи;
2.	B2C = Business-to-Consumer («компания – потребитель») -	В	это тот вид деятельности, в котором в качестве продавца либо покупателя выступает государство, транзакции осуществляются с помощью сети Интернет;
3.	C2C =Consumer-to-Consumer («потребитель- потребитель») -	С	вид деятельности, предоставляющий потребителю возможность самостоятельно устанавливать стоимость для различных товаров и услуг, предлагаемых компаниями;
4.	C2B = Consumer-to-Business («потребитель –компания») -	Д	подразумевает взаимодействие потребителей посредством интернет-бирж. Потребитель зарегистрирован на одной бирже и посылает заявку на товар и/или услугу на данную биржу. Если на ней заявка не может быть удовлетворена, то она автоматически передается на другую биржу. Модель функционирует до удовлетворения запроса потребителя;
5.	B2G = Business-to-Government («компания –государство») -	Е	вид деятельности, когда две компании проводят бизнес-транзакции с помощью Интернета. Включает такие типы моделей, как модель агрегации; модель торгового концентратора; модель доски объявлений; модель аукционов; модель полностью автоматической биржи;
6.	E2E = Exchange-to-Exchange («биржа –биржа») -	Ф	деятельность нацелена на прямые продажи для потребителя.

## **Тема 6. Финансовые операции в сети Интернет**

### **Задания для занятий семинарского типа**

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Сущность терминов и определений в сфере финансовых операций.  
Расчеты с покупателями с использованием платежных банковских карт.  
Эквайринг
2. Расчеты с использованием специальных электронных систем.  
Оплата, заказанных в Интернет услуг и товаров наличными деньгами при получении товара от курьера
3. Основные принципы обеспечения безопасности в автоматизированных платежных системах

## **Тема 7. Электронная торговля**

### **Задание для семинарского занятия:**

Прокомментируйте основные ошибки использования инструментов интернет-маркетинга:

- Отсутствие стратегического планирования и контроля результативности рекламы
- Ограниченность применяемых маркетинговых элементов — замена маркетинга продвижением
- Отсутствие системного подхода при выборе подрядчика

- Некомпетентность заказчика и ложная клиентоориентированность исполнителя
- Универсальный подход к развитию бизнеса
- Надежда на один инструмент интернет-маркетинга
- Переоценка опыта специалистов по интернет-маркетингу в определенной сфере бизнеса

## **Тема 8. Правовое регулирование в сети Интернет**

### **Задание для семинарского занятия:**

Подготовить реферат по одной из следующих тем –

1. Справочные правовые системы и их использование в профессиональной деятельности.
2. Правовое обеспечение защиты электронной информации.
3. Уголовно наказуемые деяния в информационной сфере и компьютерных сетях (на материалах УК РФ)
4. Электронный документооборот и электронная подпись в РФ (на материалах Федерального закона от 06.04.2011 N 63-ФЗ "Об электронной подписи")
5. Проблемы соблюдения авторских прав при использовании ресурсов сети Интернет.

## **Тема 9. Безопасность электронной коммерции**

### **Задания для занятий семинарского типа**

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Общие организационные требования к средствам доступа и к информационным подсистемам организации (идентификации, аутентификации, регистрации, протоколирования)
2. Общие требования к организационным средствам управления ИБ
3. Общие требования к персоналу и службе безопасности организаций

### Задания для самостоятельной работы

Используя поисковые системы в сети интернет, найти на сайтах компаний открытую информацию об организационных требованиях к информационной безопасности и персоналу (две компании по выбору)