

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ТУЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт прикладной математики и компьютерных наук

Кафедра «Информационная безопасность»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
ПО КОНТРОЛЬНО-РАСЧЕТНОМУ ЗАДАНИЮ**

по дисциплине

«СЕТЕВАЯ ЭКОНОМИКА»

Уровень профессионального образования: *высшее образование –
бакалавриат*

Направление: *09.03.03 Прикладная информатика*

Профиль: *Прикладная информатика в экономике*

Квалификация выпускника: *бакалавр*

Форма обучения: *дистанционная*

Тула, 2018

Цель работы: заключается в изучении вопросов связанных с вопросами использования интернет-ресурсов, интернет-технологий и сервисов в экономике.

1 Задания на работу

1. Изучить теоретический и практический материал по данной дисциплине.
2. Изучить самостоятельно следующие вопросы:
 - а) Интернет-маркетинг (фундаментальный маркетинг, планирование маркетинговых исследований, выборка, разработка стратегии интернет-маркетинга, базовые инструменты интернет-маркетинга)
 - б) SEO и поисковый маркетинг (разработка стратегии интернет-маркетинга, базовые инструменты интернет-маркетинга, поискового маркетинга и SEO-продвижения сайтов).
 - с) Контекстная реклама (PCC) (PPC, виды контекстной рекламы, базовые инструменты интернет-маркетинга).
 - д) SMM и социальный маркетинг (SMM, SMO, социальный маркетинг, управление репутацией).
 - е) SEO (методы SEO-продвижения сайтов: внутренняя оптимизация, внешнее ссылочное продвижение)
 - ф) RP-технологии.
3. Написать и оформить реферат на одну из темы (темы рефератов выбирается исходя из **индивидуального номера студента – последней цифре номера зачетки**).

№ последней цифры зачетки	№ темы реферата (см.п.2)
0	1
1	2
2	3
3	4
4	5
5	6
6	7
7	8
8	9
9	10

3. Сдать работу преподавателю.

2 Темы рефератов

1. Интернет-маркетинг (фундаментальный маркетинг, планирование маркетинговых исследований, выборка, разработка стратегии интернет-маркетинга)
2. Интернет-маркетинг (базовые инструменты интернет-маркетинга)
3. SEO и поисковый маркетинг (разработка стратегии интернет-маркетинга).
4. SEO и поисковый маркетинг (базовые инструменты интернет-маркетинга, поискового маркетинга и SEO-продвижения сайтов).
5. Контекстная реклама (РСС) (PPC, виды контекстной рекламы,).
6. Контекстная реклама (РСС) (базовые инструменты интернет-маркетинга).
7. SMM и социальный маркетинг (SMM, SMO, социальный маркетинг, управление репутацией).
8. SEO (методы SEO-продвижения сайтов: внутренняя оптимизация).
9. SEO (методы SEO-продвижения сайтов: внешнее ссылочное продвижение)
10. RP-технологии.

3 Оформление реферата

Реферат должен иметь титульный лист с указанием дисциплины, темы и автора реферата по установленной форме. Далее следует план реферата с указанием номеров страниц. Объем работы должен составлять от 7 до 10 страниц формата А4. Реферат должен быть подготовлен на базе текстового редактора Word (размер шрифта - 12 пт, межстрочный интервал - одинарный, поля страниц - 2 см). Реферат должен заканчиваться списком использованных источников.

4. Источники информации

При изучении выбранной темы и написании реферата можно пользоваться различной литературой, а также другими специальными и периодическими изданиями, ресурсами и материалами Internet.

Запрещается использовать материалы, представленные в коллекциях рефератов глобальной сети Internet. Работы, скопированные из коллекций, приниматься и оцениваться не будут.