

УДК 65.06
С

Рекомендовано к изданию методическим советом ПГУТИ,
протокол № 4, от 17.09.2015 г.

Рецензент:

доц. кафедры Статистики ГОУВПО СГЭУ
к.э.н., доцент Токарев Ю.А.

Стефанова, Н.А.

С Интернет-маркетинг: Методические указания по выполнению курсовых работ.–
Самара: ПГУТИ, 2015. – 43 с.

Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Интернет-маркетинг» разработаны в соответствии с ФГОС ВПО по направлению подготовки 38.03.05 – Бизнес-информатика, 38.03.02 – Менеджмент предназначены для бакалавров очной и заочной формы обучения для выполнения курсовой работы. Методические указания предназначены для наиболее полного усвоения и закрепления студентами лекционного материала курса, усвоения новой информации вследствие самостоятельной работы, подготовки к сдаче экзамена. А также получения практических навыков анализа эффективности интернет-маркетинга компании. Содержание заданий курсовой работы предполагает изучение теоретических основ и привитие практических навыков использования современного инструментария интернет-маркетинга. Предназначено для бакалавров и слушателей очной и заочной формы обучения по направлению подготовки – «Бизнес информатика», профиль «Электронный бизнес» и «Менеджмент», профиль «Информационный менеджмент». Методические указания являются частью учебно-методического комплекса по дисциплине «Интернет-маркетинг», наилучшие результаты будут получены при использовании пособия совместно с другими материалами комплекса.

ISBN

©, Стефанова Н.А., 2015

Введение	4
Требования к оформлению пояснительной записки	4
Процедура выполнения и защиты курсовой работы	5
Задание на выполнение курсовой работы	6
Методические указания для выполнения курсовой работы	10
Список источников литературы	36
Приложение – Таблица исходных данных для расчета весовых коэффициентов	40