

КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АЛЬ-  
ФАРАБИ  
ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА  
КАФЕДРА «БИЗНЕС-ТЕХНОЛОГИИ»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОВЕДЕНИЮ  
СЕМИНАРА ПО ДИСЦИПЛИНЕ  
ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ**

---

*(наименование учебной дисциплины по учебному плану)*

---

*(шифр дисциплины по учебному плану)*

**бакалавр по направлению «5В051100–Маркетинг»**

---

*(наименование и шифр образовательной программы в рамках  
дисциплины)*

**Составитель:** Преподаватель кафедры «Бизнес-технологии» Асанова А. Д.  

---

*(Ф. И. О., ученая степень, ученое звание, должность)*  

---

Методические рекомендации и программа по проведению семинара по дисциплине "Интернет-маркетинг» рассмотрены и утверждены на заседании кафедры "Бизнес-технологии".

Протокол № \_\_\_\_\_ « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ ж.

## Методические рекомендации к выполнению заданий семинарских занятий по дисциплине «Интернет-маркетинг»

**Семинар-1.** Развитие информационных технологий; сравнительный анализ традиционного и интернет – маркетинга

**Форма проведения занятия** – Решение типовых задач

**Форма оценки знаний:** по критериям (всего 15 баллов)

**Основные вопросы:**

1. Влияние интернет-маркетинга на бизнес
2. Свойства интернет-маркетинга
3. Преимущества и недостатки интернет-маркетинга

**Литература для подготовки:**

1. Чередниченко Юрий Маркетинг в Интернете. Сайт, который зарабатывает; Гостехиздат - Москва, 2013. - 176 с.

2. Винарский Я. С., Гутгарц Р. Д. Web-аппликации в интернет-маркетинге. Проектирование, создание и применение; ИНФРА-М - М., 2015. - 270 с.

3. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров [Текст] / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 352 с.

4. Катаев, А. В. Интернет-реклама как комплекс инструментов эффективного маркетингового продвижения предприятия малого бизнеса [Текст] / А. В. Катаев, Н. А. Кринчян // Альманах современной науки и образования. – 2015. – № 6. – С. 83–85.

5. Кожушко, О. А. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учебное пособие [Текст] / О. А. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев и др. – Новосибирск: РИЦ НГУ, 2015. – 327 с.

6. Доступно онлайн: Дополнительный учебный материал и интернет-источники, используемые для выполнения заданий лекций, семинаров, СРС, будут доступны на вашей странице в системе СДО Moodle

**Семинар-2.** Раскрыть содержательную часть Маркетинг Web 2.0, (Web 3.0).

**Форма проведения занятия** – Подготовка презентации по теме

**Форма оценки знаний:** по критериям (всего 15 баллов)

**Основные вопросы:**

1. Развитие понятия интернет-маркетинга
2. Маркетинг Web 2.0
3. Классификация этапов развития интернет-маркетинга

**Литература для подготовки:**

1. Чередниченко Юрий Маркетинг в Интернете. Сайт, который зарабатывает; Гостехиздат - Москва, 2013. - 176 с.

2. Винарский Я. С., Гутгарц Р. Д. Web-аппликации в интернет-маркетинге. Проектирование, создание и применение; ИНФРА-М - М., 2015. - 270 с.

3. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров [Текст] / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 352 с.

4. Катаев, А. В. Интернет-реклама как комплекс инструментов эффективного маркетингового продвижения предприятия малого бизнеса [Текст] / А. В. Катаев, Н. А. Кринчян // Альманах современной науки и образования. – 2015. – № 6. – С. 83–85.

5. Кожушко, О. А. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учебное пособие [Текст] / О. А. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев и др. – Новосибирск: РИЦ НГУ, 2015. – 327 с.

6. Доступно онлайн: Дополнительный учебный материал и интернет-источники, используемые для выполнения заданий лекций, семинаров, СРС, будут доступны на вашей странице в системе СДО Moodle

### **Семинар-3.** Изучить устройство интернета, системы доменных имен

**Форма проведения занятия** – Подготовка презентации по теме

**Форма оценки знаний:** по критериям (всего 15 баллов)

#### **Основные вопросы:**

1. Принципы построения сети Интернет
2. Семейство протоколов TCP/IP
3. Система доменных имен

#### **Литература для подготовки:**

1. Чередниченко Юрий Маркетинг в Интернете. Сайт, который зарабатывает; Гостехиздат - Москва, 2013. - 176 с.

2. Винарский Я. С., Гутгарц Р. Д. Web-аппликации в интернет-маркетинге. Проектирование, создание и применение; ИНФРА-М - М., 2015. - 270 с.

3. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров [Текст] / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 352 с.

4. Катаев, А. В. Интернет-реклама как комплекс инструментов эффективного маркетингового продвижения предприятия малого бизнеса [Текст] / А. В. Катаев, Н. А. Кринчян // Альманах современной науки и образования. – 2015. – № 6. – С. 83–85.

5. Кожушко, О. А. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учебное пособие [Текст] / О. А. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев и др. – Новосибирск: РИЦ НГУ, 2015. – 327 с.

6. Доступно онлайн: Дополнительный учебный материал и интернет-источники, используемые для выполнения заданий лекций, семинаров, СРС, будут доступны на вашей странице в системе СДО Moodle

**Семинар-4-5.** Службы интернета: электронная почта, WWW, телеконференции, списки рассылки, FTP, IRC, а также другие продукты, использующие Интернет как среду передачи информации

**Форма проведения занятия** – Решение типовых задач.

**Форма оценки знаний:** по критериям (всего 15 баллов)

**Основные вопросы:**

1. Обеспечение информационной безопасности в сети Интернет.
2. Виды платежных систем в Интернете. Основные принципы их функционирования
3. Коммуникативные характеристики Интернета
4. Интернет-аудитория, навигация пользователей в Интернете
5. Управление взаимоотношениями с клиентами.

**Литература для подготовки:**

1. Чередниченко Юрий Маркетинг в Интернете. Сайт, который зарабатывает; Гостехиздат - Москва, 2013. - 176 с.

2. Винарский Я. С., Гутгарц Р. Д. Web-аппликации в интернет-маркетинге. Проектирование, создание и применение; ИНФРА-М - М., 2015. - 270 с.

3. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров [Текст] / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 352 с.

4. Катаев, А. В. Интернет-реклама как комплекс инструментов эффективного маркетингового продвижения предприятия малого бизнеса [Текст] / А. В. Катаев, Н. А. Кринчян // Альманах современной науки и образования. – 2015. – № 6. – С. 83–85.

5. Кожушко, О. А. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учебное пособие [Текст] / О. А. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев и др. – Новосибирск: РИЦ НГУ, 2015. – 327 с.

6. Доступно онлайн: Дополнительный учебный материал и интернет-источники, используемые для выполнения заданий лекций, семинаров, СРС, будут доступны на вашей странице в системе СДО Moodle

**Семинар-6-7.** Системы CRM (CustomerRelationshipsManagement) — системы управления взаимоотношениями с потребителями, функции и выполняемые ими задачи

**Форма проведения занятия** – Решение типовых задач.

**Форма оценки знаний:** по критериям (всего 15 баллов)

**Основные вопросы:**

1. Направления качественных изменений в организации бизнеса в условиях электронной коммерции
2. Системы управления взаимоотношениями с потребителями

### 3. Функции и задачи CRM

#### **Литература для подготовки:**

1. Чередниченко Юрий Маркетинг в Интернете. Сайт, который зарабатывает; Гостехиздат - Москва, 2013. - 176 с.

2. Винарский Я. С., Гутгарц Р. Д. Web-аппликации в интернет-маркетинге. Проектирование, создание и применение; ИНФРА-М - М., 2015. - 270 с.

3. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров [Текст] / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 352 с.

4. Катаев, А. В. Интернет-реклама как комплекс инструментов эффективного маркетингового продвижения предприятия малого бизнеса [Текст] / А. В. Катаев, Н. А. Кринчян // Альманах современной науки и образования. – 2015. – № 6. – С. 83–85.

5. Кожушко, О. А. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учебное пособие [Текст] / О. А. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев и др. – Новосибирск: РИЦ НГУ, 2015. – 327 с.

6. Доступно онлайн: Дополнительный учебный материал и интернет-источники, используемые для выполнения заданий лекций, семинаров, СРС, будут доступны на вашей странице в системе СДО Moodle

### **Семинар-8-9.** Функционирование электронной коммерции в интернет маркетинге

**Форма проведения занятия** – Решение типовых задач.

**Форма оценки знаний:** по критериям (всего 15 баллов)

#### **Основные вопросы:**

1. Коммуникативные характеристики Интернета
2. Модели коммуникации Интернета
3. Сравнение коммуникативных характеристик Интернета с традиционными СМИ

#### **Литература для подготовки:**

1. Чередниченко Юрий Маркетинг в Интернете. Сайт, который зарабатывает; Гостехиздат - Москва, 2013. - 176 с.

2. Винарский Я. С., Гутгарц Р. Д. Web-аппликации в интернет-маркетинге. Проектирование, создание и применение; ИНФРА-М - М., 2015. - 270 с.

3. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров [Текст] / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 352 с.

4. Катаев, А. В. Интернет-реклама как комплекс инструментов эффективного маркетингового продвижения предприятия малого бизнеса [Текст] / А. В. Катаев, Н. А. Кринчян // Альманах современной науки и образования. – 2015. – № 6. – С. 83–85.

5. Кожушко, О. А. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учебное пособие [Текст] / О. А. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев и др. – Новосибирск: РИЦ НГУ, 2015. – 327 с.

6. Доступно онлайн: Дополнительный учебный материал и интернет-источники, используемые для выполнения заданий лекций, семинаров, СРС, будут доступны на вашей странице в системе СДО Moodle

#### **Семинар-10.** Применение электронных платежных систем и интернет-магазины

**Форма проведения занятия** – Решение типовых задач.

**Форма оценки знаний:** по критериям (всего 15 баллов)

**Основные вопросы:**

1. Процесс установления исходной цены на изделие или услугу, и влияние, оказываемое на него Интернетом.
2. Взаимосвязь цены с обстоятельствами и возможностями предприятия. Определение момента для изменения цены.
3. Интернет-аукционы и их роль в ценообразовании.

**Литература для подготовки:**

1. Чередниченко Юрий Маркетинг в Интернете. Сайт, который зарабатывает; Гостехиздат - Москва, 2013. - 176 с.

2. Винарский Я. С., Гутгарц Р. Д. Web-аппликации в интернет-маркетинге. Проектирование, создание и применение; ИНФРА-М - М., 2015. - 270 с.

3. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров [Текст] / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 352 с.

4. Катаев, А. В. Интернет-реклама как комплекс инструментов эффективного маркетингового продвижения предприятия малого бизнеса [Текст] / А. В. Катаев, Н. А. Кринчян // Альманах современной науки и образования. – 2015. – № 6. – С. 83–85.

5. Кожушко, О. А. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учебное пособие [Текст] / О. А. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев и др. – Новосибирск: РИЦ НГУ, 2015. – 327 с.

6. Доступно онлайн: Дополнительный учебный материал и интернет-источники, используемые для выполнения заданий лекций, семинаров, СРС, будут доступны на вашей странице в системе СДО Moodle

#### **Семинар-11.** Основные инструменты маркетинговых коммуникаций

**Форма проведения занятия** – Решение типовых задач.

**Форма оценки знаний:** по критериям (всего 15 баллов)

**Основные вопросы:**

1. Модели коммуникации Интернета

2. Концепции управления маркетингом в интернете
3. Анализа, максимизация и удовлетворение потребительского спроса

**Литература для подготовки:**

1. Чередниченко Юрий Маркетинг в Интернете. Сайт, который зарабатывает; Гостехиздат - Москва, 2013. - 176 с.
2. Винарский Я. С., Гутгарц Р. Д. Web-аппликации в интернет-маркетинге. Проектирование, создание и применение; ИНФРА-М - М., 2015. - 270 с.
3. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров [Текст] / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 352 с.
4. Катаев, А. В. Интернет-реклама как комплекс инструментов эффективного маркетингового продвижения предприятия малого бизнеса [Текст] / А. В. Катаев, Н. А. Кринчян // Альманах современной науки и образования. – 2015. – № 6. – С. 83–85.
5. Кожушко, О. А. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учебное пособие [Текст] / О. А. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев и др. – Новосибирск: РИЦ НГУ, 2015. – 327 с.
6. Доступно онлайн: Дополнительный учебный материал и интернет-источники, используемые для выполнения заданий лекций, семинаров, СРС, будут доступны на вашей странице в системе СДО Moodle

**Семинар-12. Использование рекламы в интернет-маркетинге**

**Форма проведения занятия** – Решение типовых задач.

**Форма оценки знаний:** по критериям (всего 15 баллов)

**Основные вопросы:**

1. Влияние Интернета на формирование маркетингового окружения и жизненный цикл товара. Применение Интернета для улучшения пред- и послепродажного обслуживания.
2. Использование средств Интернета для разработки и создания новых товаров.
3. Развитие сферы услуг в Интернете.

**Литература для подготовки:**

1. Чередниченко Юрий Маркетинг в Интернете. Сайт, который зарабатывает; Гостехиздат - Москва, 2013. - 176 с.
2. Винарский Я. С., Гутгарц Р. Д. Web-аппликации в интернет-маркетинге. Проектирование, создание и применение; ИНФРА-М - М., 2015. - 270 с.
3. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров [Текст] / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 352 с.
4. Катаев, А. В. Интернет-реклама как комплекс инструментов эффективного маркетингового продвижения предприятия малого бизнеса



[Текст] / А. В. Катаев, Н. А. Кринчян // Альманах современной науки и образования. – 2015. – № 6. – С. 83–85.

5. Кожушко, О. А. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учебное пособие [Текст] / О. А. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев и др. – Новосибирск: РИЦ НГУ, 2015. – 327 с.

6. Доступно онлайн: Дополнительный учебный материал и интернет-источники, используемые для выполнения заданий лекций, семинаров, СРС, будут доступны на вашей странице в системе СДО Moodle

### **Семинар-13.** Реализация сбытовой политики в интернет-маркетинге

**Форма проведения занятия** – Решение типовых задач.

**Форма оценки знаний:** по критериям (всего 15 баллов)

**Основные вопросы:**

1. Виды мероприятий стимулирования продаж
2. Основные решения в сфере стимулирования сбыта
3. Связи с общественностью. Основные решения связей с общественностью в Интернете
4. Интернет-брендинг

**Литература для подготовки:**

1. Чередниченко Юрий Маркетинг в Интернете. Сайт, который зарабатывает; Гостехиздат - Москва, 2013. - 176 с.

2. Винарский Я. С., Гутгарц Р. Д. Web-аппликации в интернет-маркетинге. Проектирование, создание и применение; ИНФРА-М - М., 2015. - 270 с.

3. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров [Текст] / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 352 с.

4. Катаев, А. В. Интернет-реклама как комплекс инструментов эффективного маркетингового продвижения предприятия малого бизнеса [Текст] / А. В. Катаев, Н. А. Кринчян // Альманах современной науки и образования. – 2015. – № 6. – С. 83–85.

5. Кожушко, О. А. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учебное пособие [Текст] / О. А. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев и др. – Новосибирск: РИЦ НГУ, 2015. – 327 с.

6. Доступно онлайн: Дополнительный учебный материал и интернет-источники, используемые для выполнения заданий лекций, семинаров, СРС, будут доступны на вашей странице в системе СДО Moodle

### **Семинар-14-15.** Реализация маркетинговых исследований в интернете

**Форма проведения занятия** – Решение типовых задач.

**Форма оценки знаний:** по критериям (всего 15 баллов)

### **Основные вопросы:**

1. Маркетинговые исследования в интернете
2. Web-поиск
3. Инструменты по принципу организации и использования средства поиска

### **Литература для подготовки:**

1. Чередниченко Юрий Маркетинг в Интернете. Сайт, который зарабатывает; Гостехиздат - Москва, 2013. - 176 с.
2. Винарский Я. С., Гутгарц Р. Д. Web-аппликации в интернет-маркетинге. Проектирование, создание и применение; ИНФРА-М - М., 2015. - 270 с.
3. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров [Текст] / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2016. – 352 с.
4. Катаев, А. В. Интернет-реклама как комплекс инструментов эффективного маркетингового продвижения предприятия малого бизнеса [Текст] / А. В. Катаев, Н. А. Кринчян // Альманах современной науки и образования. – 2015. – № 6. – С. 83–85.
5. Кожушко, О. А. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учебное пособие [Текст] / О. А. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев и др. – Новосибирск: РИЦ НГУ, 2015. – 327 с.
6. Доступно онлайн: Дополнительный учебный материал и интернет-источники, используемые для выполнения заданий лекций, семинаров, СРС, будут доступны на вашей странице в системе СДО Moodle