



ИНСТИТУТ БИЗНЕСА
И МЕНЕДЖМЕНТА
ТЕХНОЛОГИЙ БГУ

Интернет-маркетинг

Итоговый проект по дисциплине
Методические указания

МИНСК, 2015



- I. Цель и задачи итогового проекта
- II. Структура итогового проекта
- III. Ключевые требования к итоговому проекту



Цель и задачи итогового проекта



Итоговый проект по дисциплине «Интернет-маркетинг» является контрольной работой слушателя по завершении курса и практической тренировкой к подготовке дипломного проекта (в рамках подготовки маркетинговой части дипломного проекта).

Учебная цель итогового проекта:
систематизация знаний,
полученных в процессе изучения
дисциплины «Интернет-маркетинг»
и их применение на практике для
решения конкретных вопросов.





Учебные задачи итогового проекта:

- формирование опыта постановки бизнес-задач и разработки стратегии развития идеи в Интернет;
- закрепление навыков использования инструментов и методов интернет-маркетинга на примере определенного интернет-ресурса (сайта);
- решение вопросов, связанных с продвижением ресурса, увеличением его конкурентоспособности в выбранном сегменте, укрепление позиций бренда и т.п.;
- определение и обоснование стратегии дальнейшего (перспективного) развития ресурса.





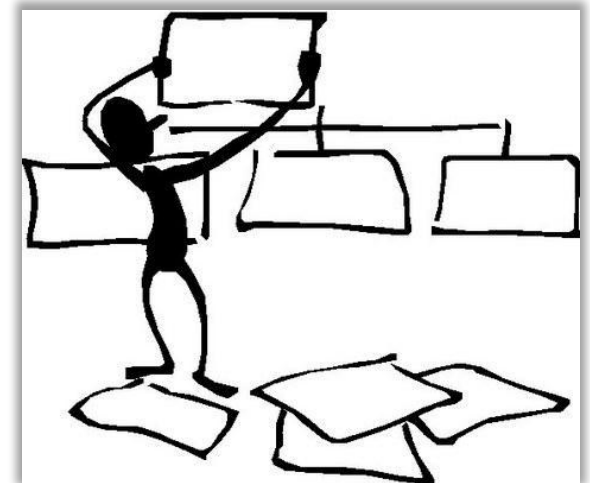
Структура итогового проекта



Итоговый проект должен состоять из нескольких частей.

Рекомендуемая структура итогового проекта:

1. Введение
2. Маркетинговая оценка бизнес-среды
3. Преимущества/недостатки исследуемого ресурса
4. Оптимизация и продвижение ресурса в поисковых системах
5. Составление медиаплана
6. Стратегические планы развития ресурса
7. Заключение





Введение должно отражать:

- цель Вашего проекта;
- задачи Вашего проекта;
- краткое содержание проекта;
- перечень инструментов, которые использовались в процессе работы над итоговым проектом (например, опрос, в том числе, интерактивные, анкетирование, анализ внешних счетчиков и т.п.).

Рекомендация. Введение лучше писать в конце, после написания основной части проекта.



1. Используя первичную и вторичную маркетинговую информацию, а также иные средства сбора данных в Интернет, описать среду решения задачи.

Пример.

Первичная информация: данные внешних счетчиков, необработанные результаты опроса/анкетирования потенциальных пользователей, законодательная база, конкуренты.

Вторичная информация: готовые отчеты, результаты сравнительного анализа конкурентов.

Возможно использование данных ДЗ к лекциям 2 и 3

2. Представить портрет пользовательской аудитории сайта.

Рекомендация.

Если составление портрета пользовательской аудитории Вашего ресурса вызывает затруднение, Вы можете проанализировать портрет аудитории сходного по тематике ресурса. Иногда подобная информация в готовом виде размещена в разделах «Рекламодателям», «О ресурсе», «О проекте» и т.п. (например: <http://delo.by/site> медиабит)

3. Описать возможные модели поведения пользователей на основе анализа аналогичных по тематике ресурсов.

Для п. 2-3 возможно использование данных ДЗ 4 и 6



В написании раздела поможет пройденный материал:

- Лекции 1-4 и практические задания к ним

Рекомендация: пользуйтесь наглядными способами представления информации – таблицы, маркеры, графики, диаграммы.



В разделе должно быть отражено:

- для уже существующего сайта:** аналитика ресурса с точки зрения контента, структуры, соответствия бизнес-процессу (какова основная цель проекта и соответствует ли ей содержание и функционал проекта);
- для планируемого к разработке сайта:** контент, структура с точки зрения потребностей пользователей (потенциальных клиентов). Как предлагаемый контент и сервисы сайта будут удовлетворять ключевые запросы пользователей.





В написании раздела поможет пройденный материал:

- Тема 8 «Сайт как инструмент поддержки маркетинга и продаж»; Тема 9 «Доменное имя сайта»; доп. материал к темам к темам 8, 13 «Landing page»
- Тема 10 в части анализа контента сайта на соответствие бизнес-целям и запросам.
- Практическое задание (ДЗ) к 8 лекции**



Раздел должен включать:

- составление семантического ядра сайта;**
- оценка ресурса с точки зрения оптимизации.** Примечание: если в итоговом проекте рассматривается сайт, который планируется к разработке, то оценку можно выполнить на базе существующего сайта сходной тематики.
- этапы SEO.** Должен включать план работ с кратким описанием каждого этапа (ответ на вопросы: «для чего?», «как?»).





В написании раздела поможет пройденный материал:

- Лекции 10, 11, 12
- Практические задания к лекции 5, 11, 12, для новых сайтов – задание к лекции 9



Раздел должен включать:

- формулировку цели рекламной кампании;
- перечень планируемых каналов маркетинговых коммуникаций
- прогнозирование и оценку возможных результатов рекламных кампаний.

Каждый предложенный канал необходимо оценить с точки зрения того, сколько пользователей он может привлечь, стоимость привлечения. Также медиаплан должен содержать итоговую строку, в которой отражается сумма бюджета и прогнозируемое количество пользователей из всех каналов.





В написании раздела поможет пройденный материал:

- Лекции 10-15
- **Практическое задание к теме 15**



Стратегические планы развития ресурса

В данном разделе необходимо обозначить основные направления развития ресурса в соответствии с целями бизнеса.

Пример:

- разработка мобильной версии сайта (для чего нужно? какие задачи позволит решить?);
- разработка дополнительных сервисов (каких именно? какие цели позволит достигнуть?).





В заключении должны быть представлены тезисы результатов, которых удалось достичь благодаря написанию проекта.





Ключевые требования к итоговому проекту



Ключевые требования к итоговому проекту

- ❑ для оформления итогового проекта Вы можете использовать стандартный шаблон (аналогичный представленной Вашему вниманию презентации) или разработать свой собственный;
- ❑ презентация оформляется аккуратно, с соблюдением принципа единства (например, одинаковые шрифты для всех заголовков, одинаковые шрифты для основного текста, картинки в хорошем разрешении, ссылки на источники информации);
- ❑ информация излагается кратко из расчета, что время выступления слушателя курса – 5 минут;
- ❑ по тексту приводятся обоснования и выводы в части решаемых задач конкретной части проекта;
- ❑ необходимо исключить все теоретические выкладки;
- ❑ ориентировочный объем презентации около 20 слайдов.



УДАЧИ!

Вопросы по методическим указаниям Вы можете направлять на адрес:

zaykovskaya@sbmt.by

skype zaykovskaya_tatyana

