



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

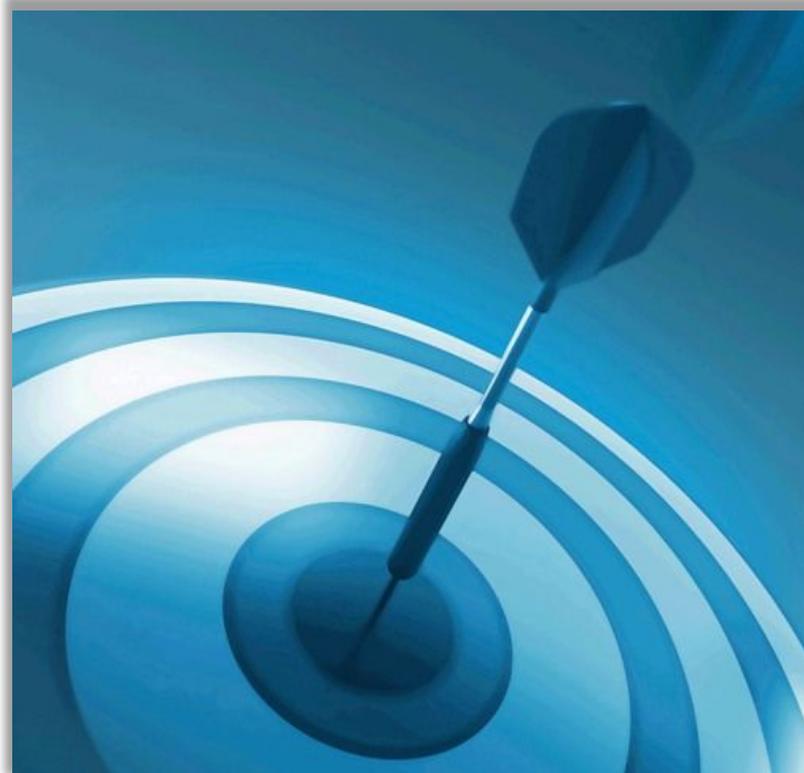


## Цель и задачи итогового проекта



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).

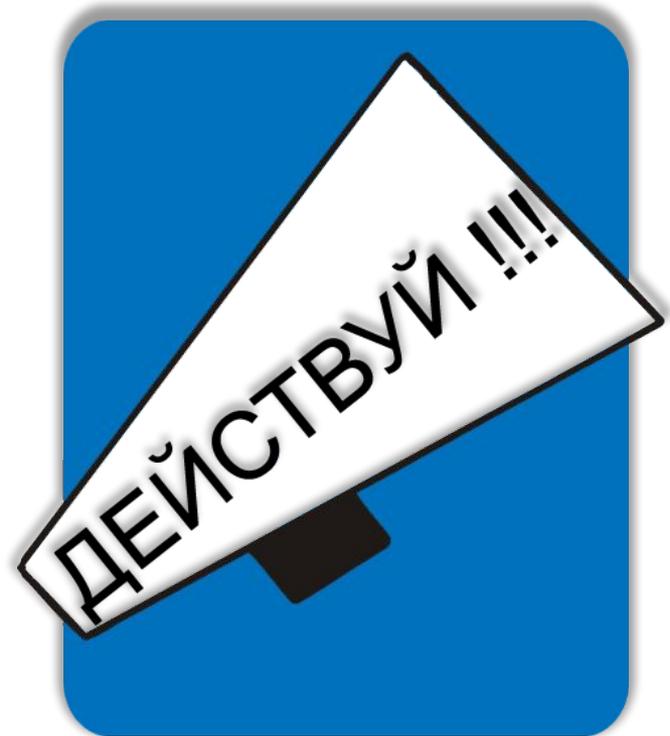
**Учебная цель итогового проекта:**  
систематизация знаний,  
полученных в процессе изучения  
дисциплины «Интернет-маркетинг»  
и их применение на практике для  
решения конкретных вопросов.





### 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.





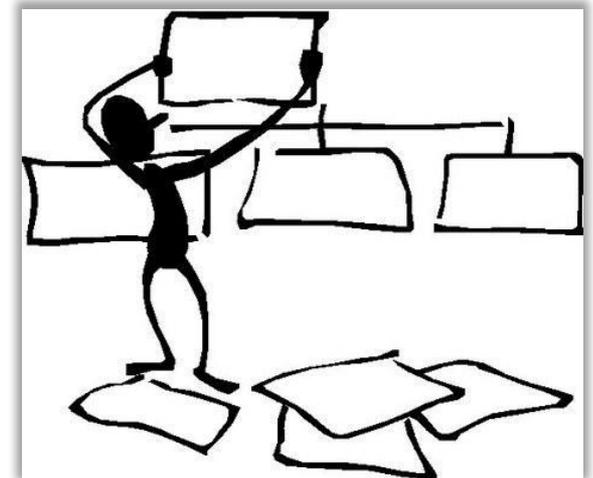
## Структура итогового проекта



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> медиакит)

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](mailto:zaykovskaya@sbmt.by)

skype zaykovskaya\_tatyana