**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ДГТУ)**

**КАФЕДРА «ИСТОРИЯ И КУЛЬТУРОЛОГИЯ»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**

к выполнению контрольной работы

по дисциплине «Электронные коммуникации»

для студентов для студентов заочной и заочной сокращенной форм обучения

направления подготовки бакалавров

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(профиль – Реклама)

Ростов-на-Дону

2023

Составитель: к. э. н., доц. Скрынникова И.А.

Методические указания к выполнению контрольной работы по дисциплине «Эффективность рекламной деятельности» направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профиль – Реклама) / ДГТУ, Ростов н/Д, 2023. – 14 с.

Предназначены для студентов заочной формы обучения направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профиль – Реклама)

Научный редактор: к.ист.н., доц. Шишова Н.В.

**1. Общие положения**

Дисциплина «Электронные коммуникации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». В ходе изучения дисциплины студент должен уделять внимание самостоятельному углублению теоретических знаний и изучению практических аспектов предмета. На аудиторных занятиях данный курс знакомит студентов со спецификой рекламной деятельности в онлайн-среде. Особенностью курса является содержательная часть, дающая теоретические знания об электронных коммуникациях, которая является неотъемлемой частью современной рыночной деятельности любой компании.

В ходе изучения дисциплины помимо аудиторных занятий, студенты должны планировать и организовывать самостоятельную работу для более углубленного усвоения полученного материала. Курс «Электронные коммуникации» разделен на несколько блоков, в соответствии с этим, студенту целесообразно после каждого блока тем проводить самопроверку, отвечая на вопросы для самоконтроля.

Таким образом, самостоятельная работа должна акцентироваться на двух основных моментах: изучении практических аспектов электронных коммуникаций и углублении полученных теоретических знаний посредством изучения рекомендованных учебных пособий и учебно-методических материалов.

Получение всей вышеописанной информации в ходе образовательного процесса облегчает подготовку студента к промежуточному контролю и итоговому экзамену.

При изучении дисциплины «Электронные коммуникации» студентам следует выполнять рекомендации:

1. Приступая к изучению данной дисциплины необходимо помнить основные положения из дисциплин «История рекламы», «Теория и практика рекламы», «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Экономика рекламной деятельности», и др.

2. Изучением дисциплины следует заниматься систематически. При этом лучше вести конспект, включая в него все виды учебной работы: лекции, практические задания, ответы на вопросы самопроверки, тесты.

3. Все темы дисциплины являются в равной мере важными, поэтому не следует приступать к освоению новой темы, не усвоив материал предыдущих.

**2. Особенности выполнения контрольной работы**

Контрольная работа является одной из основных форм межсессионных заданий для студентов заочной формы обучения. Выполнение контрольной работы является итогом изучения студентами тем дисциплины «Электронные коммуникации». Письменные работы выполняются по специальной тематике контрольных работ, составленных кафедрой «Истории и культурологии» на основе рабочей программы дисциплины «Электронные коммуникации».

Согласно учебному плану, студент заочной формы обучения обязан выполнить одну контрольную работу по дисциплине. Контрольная работа состоит из двух частей – теоретической и практической.

Теоретический вопрос контрольной работы выбирается студентом в соответствии с последней цифрой номера зачетной книжки. Например, если последняя цифра номера зачетки – 4, то студент может выбрать одну из тем под номерами 4, 14 или 24, 34 если последняя цифра – 0, то может быть выбрана тема под номером 10, 20 или 30, 40.

Для выполнения практической части студентом самостоятельно выбирается конкретная организация, информация по которой имеется в сети интернет.

Выполнение контрольной работы – большая и серьезная работа, которая включает в себя несколько этапов: изучение рекомендованной литературы, дополнительных изданий, составление плана, который должен раскрывать содержание теоретического вопроса и т.п.

Изложение теоретического вопроса должно включать введение, основную часть и заключение. Во введении следует дать обоснование важности и актуальности темы. При раскрытии основной части необходимо обеспечить полное соответствие теоретическому вопросу. Кроме того, теоретические положения и выводы желательно подкреплять практическими примерами. Заключение контрольной работы не должно содержать новых фактических данных. В нем обобщается содержание работы, делаются четкие выводы по всей теме.

Заключительный этап – оформление. Контрольная работа должна быть написана грамотно, четко, разборчиво (предпочтительно набрана на компьютере и отпечатана, шрифт 14, Times New Roman, полуторный интервал), с выделением абзацев, страницы – пронумерованы. Слева оставляются поля. Объем контрольной работы – 18-20 страниц.

В конце работы приводится перечень использованных информационных ресурсов, включая электронные издания. При этом следует использовать преимущественно литературу последних лет издания, не менее 6-9 наименований. Перечень использованных информационных ресурсов должен быть оформлен в соответствии с требованиями.

При правильном и качественном выполнении и оформлении контрольной работе студент получает положительную рецензию, работа рекомендуется к защите. Если контрольная работа не соответствует изложенным требованиям, допуска студент не получает. В этом случае необходимо переработать контрольную работу полностью или отдельные разделы в соответствии с полученными замечаниями. Сроки представления контрольной работы при этом не изменяются.

Защита контрольной работы проводится в виде собеседования по теоретической и практической частям контрольной работы, т.е. студент должен знать содержание работы, уметь внятно и четко его изложить при устном ответе.

Студенты, получившие зачет за выполненную контрольную работу, допускаются к сдаче экзамена по дисциплине «Электронные коммуникации».

Подробные разъяснения по вопросам изучения курса студенты могут получить на консультациях, проводимых на кафедре «Истории и культурологии».

**3. Тематика теоретической части контрольной работы**

1. Электронные коммуникации: определение, функции, задачи.
2. Инструментарий электронных коммуникаций, виды и формы online-продвижения.
3. Современный рынок электронных коммуникаций.
4. Тенденции и перспективы развития digital-рынка в России.
5. Преимущества и недостатки продвижения посредством электронных коммуникаций.
6. Работа с собственным сайтом компании: решения в области дизайна, наполнения контентом, юзабилити, обратной связи с клиентами.
7. Основные принципы улучшения юзабилити сайта.
8. Специфика создания продающих landing-page.
9. Инструментарий электронных коммуникаций: поисковое продвижение, контекстная и баннерная реклама.
10. Создание эффективного контекстного объявления.
11. Создание эффективного медийно-контекстного объявления.
12. Технологии таргетинга и ретаргетинга.
13. Поведенческие факторы и ремаркетинг.
14. Инструментарий электронных коммуникаций: продвижение в социальных сетях.
15. Специфика организации и продвижения сообщества в различных социальных сетях.
16. Виды рекламного продвижения в социальных сетях
17. Требования к контенту для размещения в социальных сообществах.
18. Ведение собственного блога компании.
19. Виды рекламного размещения в блогах.
20. Работа с форумами, конференциями и профессиональными сообществами.
21. Работа с лидерами мнений в электронном пространстве
22. Инструментарий электронных коммуникаций: рассылки и новостные ленты.
23. Инструментарий электронных технологий: e-mail маркетинг.
24. Виды e-mail писем, стратегия почтовой рассылки.
25. Рекламные сети.
26. Актуальные направления web-дизайна.
27. Инфографика.
28. Специфика дизайна сайтов, рекламных объявлений, иконок.
29. Инструментарий электронных коммуникаций: нестандартные средства продвижения.
30. Интеграция инструментов электронных коммуникаций с традиционными средствами продвижения.
31. Место электронных коммуникаций в маркетинговой политике компании.
32. Определение и сегментирование целевой аудитории в on-line среде.
33. Основные площадки размещения рекламы в сети Internet.
34. Использование мобильных приложений в качестве инструмента продвижения.
35. Мобильные приложения как инструмент расширения сервиса компаний.
36. Основные показатели эффективности электронных коммуникаций.
37. Принципы проведения анализа присутствия компании в электронном пространстве.
38. Технологии формирования знания о компании в электронном пространстве.
39. Основные инструменты повышения конверсии.
40. Продвижение компании в блого-сфере, форумах и сообществах.
41. Краудсорсинг и просьюмеризм.
42. Планирование и организация размещения информационного контента в электронном пространстве.
43. Использование электронных коммуникаций в маркетинговой деятельности компаний различных отраслей бизнеса.
44. Новейшие технологии электронных коммуникаций.
45. Электронные коммуникации. Технологии проникновения в социальную среду целевой аудитории
46. Малобюджетные средства продвижения в электронном пространстве
47. Эффективное использование технологий таргетинга, геотаргетинга и ретаргетинга. Настройка и управление.
48. Креативные решения в области электронных коммуникаций.
49. Партизанский маркетинг в интернете.

**4. Практическая часть контрольной работы**

Для выполнения практической части контрольной работы по дисциплине «Электронные коммуникации» студент самостоятельно выбирает предприятие, желательно именно то, по материалам которого будет выполняться выпускная квалификационная работа. Кроме того, эта организация должна быть представлена в интернете – иметь сайт, страницы в соцсетях, приложения и т.п.

Для сбора информации по организации можно использовать следующие сайты:

- <https://contragent.integrum.ru/search/> (информация бесплатная);

- <https://www.list-org.com/> (информация бесплатная);

- [https://excheck.pro/](https://excheck.pro/%20) (информация бесплатная);

- <https://www.testfirm.ru/> (информация бесплатная);

- другие источники информации.

Практическая часть включает ряд заданий, необходимых для выполнения.

**Задание 1.** Составить краткую характеристику предприятия на основе обзора источников информации, включающую:

* полное и сокращённое наименование предприятия;
* дату основания;
* характер собственности и организационно-правовой статус, дату и место регистрации;
* юридический адрес;
* отраслевую принадлежность и виды деятельности, направления специализации.

Информацию желательно представить в структурированной форме, в виде таблиц, рисунков, графиков и/или диаграмм.

Примеры представления информации:

Таблица 1 – Информация по основным учредителям ООО «…»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Учредитель | Доля от уставного капитала, % | Сумма, руб. |
|  |  |  |
|  |  |  |
| Всего | 100,0 |  |

Таблица 2 – Сведения о регистрации фирмы

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Государственный орган | Регистратор | Адрес регистратора | Дата постановки на учет | Номер, категория |
| Федеральная налоговая служба (ФНС) | Межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы № 26 по Ростовской области | 344019,  г. Ростов-на-Дону,  ул.Мясникова, д. 52/32 | 11 июля 2012 г. | ОГРН 1126182004080 |
| Налоговый орган - Межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы № 12 по Ростовской области | 346500,  г. Шахты,  ул. Советская, д. 134 а |  | ИНН 6155064199 |
| Федеральная служба государственной статистики | Отдел государственной статистики в г. Шахты | 346500,  г. Шахты,  ул. Ленина,  д. 152 |  | ОКПО 38437194  ОКАТО 60440000000  ОКТМО  60740000001  ОКФС 16  ОКОГУ 4210014 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Окончание таблицы 2 | | | | |
| Пенсионный фонд России (ПФР) | Территориальный орган - УПФР в г. Шахты | [346500, г. Шахты, ул. Шишкина, д. 162](http://maps.yandex.ru/?text=346500%2C+%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F+%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%8C%2C+%D0%B3.+%D0%A8%D0%B0%D1%85%D1%82%D1%8B%2C+%D1%83%D0%BB.+%D0%A8%D0%B8%D1%88%D0%BA%D0%B8%D0%BD%D0%B0%2C+162) | 23 июля 2012 г. | 071053026102 |
| Фонд социального страхования (ФСС) | Ростовское региональное отделение Фонда социального страхования Российской Федерации,  Филиал 25 | 346513,  г. Шахты,  ул. Ионова,  д. 112 | 23 июля 2012 г. | 612501091161251 |
| Реестр субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) |  |  | 8 января 2016 г. | категория субъекта - микропредприятие |

Таблица 3 – Виды деятельности ООО «…» г. Ростов-на-Дону

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Код вида деятельности по Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности (ОКВЭД) | Наименование вида деятельности |
| 1. | 10.85 | Производство готовых пищевых продуктов и блюд |
| 2. | 46.36.3 | Торговля оптовая мучными кондитерскими изделиями |
| 3. | 46.36.4 | Торговля оптовая хлебобулочными изделиями |
| 4. | 46.38.23 | Торговля оптовая мукой и макаронными изделиями |

**Задание 2.** Оценить присутствие компании в сети интернет. Наиболее распространенные ресурсы:

- сайт (привести подробную характеристику);

- сайты с отзывами (какие, перечислить и дать оценку);

- социальные сети (какие, перечислить и дать оценку);

- мобильные приложения (какие, перечислить и дать оценку);

- и т. п.

Результат должен включать оценку положительных сторон присутствия в интернете и недостатки в этом направлении, а также возможные направления улучшений. Информацию следует представить в табличной форме, в виде скринов, рисунков, графиков и т. п.

**Задание 3.** Выбрать ключевые слова или фразы, связанные с тематикой сайта организации, сделать по ним несколько поисковых запросов и проанализировать информацию, которая появится в результатах поиска. Оценить позицию сайта организации в результатах поиска в поисковых системах Google и Яндекс.

**Задание 4.** Дать характеристику сниппета компании. Сниппет состоит из заголовка и описания страницы, а также может содержать дополнительную информацию о сайте.

В сниппете могут отображаться:

- [Фавиконка](https://yandex.ru/support/webmaster/search-results/favicon.html#favicon).

- [Заголовок и описание](https://yandex.ru/support/webmaster/search-results/site-description.html#changing-header-description).

- Адрес сайта. В некоторых случаях в сниппете внутренних страниц он отображается в виде [навигационной цепочки](https://yandex.ru/support/webmaster/search-results/navigation.html#navigation).

- [Дата публикации](https://yandex.ru/support/webmaster/search-results/site-description.html#snippet-dates).

- [Быстрые ссылки](https://yandex.ru/support/webmaster/search-results/quick-links.html#quick-links).

- [Специальные данные](https://yandex.ru/support/webmaster/site-content/data-transmit.html#data-transmit). Например, номер телефона и адрес организации.

Пример сниппета главной страницы сайта:

Изображение выглядит как текст, снимок экрана, Шрифт, линия

Автоматически созданное описание

Рисунок 1 - Пример сниппета главной страницы сайта

Пример сниппета внутренней страницы сайта:

Изображение выглядит как текст, снимок экрана, Шрифт, линия

Автоматически созданное описание

Рисунок 2 - Пример сниппета внутренней страницы сайта

**Задание 5.** Дать характеристику сайта по информации Яндекс Вебмастер (<https://webmaster.yandex.ru/>). Посмотреть, какие знаки есть у сайта, можно на странице [Представление в поиске](https://webmaster.yandex.ru/siteinfo/). Ссылка на нее доступна в результатах поиска Яндекса: в сниппете сайта следует нажать кнопку […].

Кнопка



Изображение выглядит как текст, снимок экрана, программное обеспечение, веб-страница

Автоматически созданное описание



Рисунок 3 - Сниппет сайта

Изображение выглядит как текст, снимок экрана, программное обеспечение, веб-страница

Автоматически созданное описание



Рисунок 4 - Сниппет сайта

**Задание 6.** Выбрать конкурентов компании (2-3, можно больше) и провести анализ их деятельности в сети интернет (привести скрины сайтов, страниц в соцсетях и т.п. конкурентов).

**Задание 7.** Сравнить сайты конкурентов по следующим параметрам:

- номеру позиции компании в поисковой системе Яндекс в соответствии с ключевыми запросами;

- номеру позиции компании в поисковой системе Google в соответствии с ключевыми запросами;

- сниппету – подробная характеристика каждого элемента;

- показателю качества сайта в Яндексе (ИКС) и другим знакам.

Информацию по конкурентам рекомендуется обобщить, для этого можно использовать таблицу 4.

Таблица 4 – Информация по конкурентам

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Компания | Адрес сайта | Номер позиции компании в Яндекс | Номер позиции компании в Google | Сниппет в Яндекс | Снипет в Google | ИКС | Наличие других знаков | …. |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Перечень использованных информационных ресурсов**

1. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-Ф3 (последняя редакция) «О рекламе».
2. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / М.В. Акулич ; М. В. Акулич. - 2-е изд., пересм. - Москва : Дашков и К°, 2021. - 346 с. : табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Книга находится в ЭБС «Университетская библиотека online». - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-04250-8.
3. Быстренина И.Е. Электронная коммерция [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Быстренина Ирина Евгеньевна ; Российский государственный аграрный университет - МСХА им. К.А. Тимирязева. - 2. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2019. - 90 с. - Книга находится в ЭБС «Znanium.com». - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-03372-8.
4. Брагин, Л.А. Электронная коммерция [Электронный ресурс] : Учебник / Брагин Леонид Александрович, Иванов Геннадий Геннадьевич ; Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - 1. - Москва : Издательский Дом "ФОРУМ", 2022. - 192 с. - Книга находится в ЭБС «Znanium.com». - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-8199-0507-4. - ISBN 978-5-16-110554-2. - ISBN 978-5-16-005410-0.
5. Васильев Г.А. Электронный бизнес и реклама в Интернете [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)»; Учебное пособие / Васильев Геннадий Анатольевич, Забегалин Дмитрий Алексеевич ; Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - 1. - Москва : Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017. - 183 с. - Книга находится в ЭБС «Znanium.com». - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-238-01346-6.
6. Володенков, С.В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления [Электронный ресурс] / С.В. Володенков ; С. В. Володенков. - Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления ; 2025-07-07. - Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2015. - 320 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Гарантированный срок размещения в ЭБС до 07.07.2025 (автопролонгация). - ISBN 978-5-19-010946-7.
7. Гладкий, А.А. Веб-самоделкин. Как самому создать сайт быстро и профессионально [Электронный ресурс] : практическое пособие / А.А. Гладкий ; А. А. Гладкий. - Москва, Берлин : Директ-Медиа, 2020. - 265 с. : ил. - Книга находится в ЭБС «Университетская библиотека online». - ISBN 978-5-4499-1220-6.
8. Горбунова, О.Н. Электронный бизнес. Модели бизнеса в интернете [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.Н. Горбунова, А.М. Войнолович, Е.С. Алексашина ; Горбунова О. Н.,Войнолович А. М.,Алексашина Е. С. - Тамбов : ТГУ им. Г.Р.Державина, 2022. - 183 с. - Книга находится в ЭБС «Лань». - Книга из коллекции ТГУ им. Г.Р.Державина - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-00078-598-0.
9. Кабашов С.Ю. Электронное правительство. Электронный документооборот. Термины и определения [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Кабашов Сергей Юрьевич ; Башкирская академия государственной службы и управления при Главе Республики Башкортостан. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021. - 320 с. - Книга находится в ЭБС «Znanium.com». - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-006835-0. - ISBN 978-5-16-101559-9.
10. Кобелев, О.А. Электронная коммерция [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.А. Кобелев, С.В. Пирогов ; О. А. Кобелев; под ред. С. В. Пирогов. - 5-е изд., стер. - Москва : Дашков и К°, 2020. - 684 с. : ил., табл., схем. - Книга находится в ЭБС «Университетская библиотека online». - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-03474-9.
11. Кочергин, Д.А. Электронные деньги [Электронный ресурс] : учебное пособие / Д.А. Кочергин ; Д. А. Кочергин. - Электронные деньги ; 2024-07-10. - Москва, Саратов : ЦИПСиР, Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 424 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Гарантированный срок размещения в ЭБС до 10.07.2024 (автопролонгация). - ISBN 978-5-4486-0772-1.
12. Интернет-реклама и PR: методические указания к практическим занятиям для обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» [Электронный ресурс] : методическое пособие / М.С. Круглова ; сост. М. С. Круглова; Сочинский государственный университет; Кафедра общей психологии и социальных коммуникаций. - Сочи : Сочинский государственный университет, 2020. - 42 с. : схем., табл., ил. - Книга находится в ЭБС «Университетская библиотека online». - Библиогр. в кн.
13. Лунева, Е.А. Цифровой маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.А. Лунева, Н.П. Реброва ; Е. А. Лунева, Н. П. Реброва; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - Москва : Прометей, 2021. - 165 с. : схем., табл., ил. - Книга находится в ЭБС «Университетская библиотека online». - Библиогр.: с. 144-155. - ISBN 978-5-00172-088-1.
14. Малышенко Ю.В. Электронные платежные системы в таможенном деле [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю.В. Малышенко, Д.Э. Барсегян ; Ю. В. Малышенко, Д. Э. Барсегян. - Электронные платежные системы в таможенном деле ; Весь срок охраны авторского права. - Москва : Российская таможенная академия, 2018. - 148 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Весь срок охраны авторского права. - ISBN 978-5-9590-1026-3.
15. Москалев, С.М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе [Электронный ресурс] : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 менеджмент / С.М. Москалев ; Москалев С. М. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. - 99 с. - Книга находится в ЭБС «Лань». - Книга из коллекции СПбГАУ - Экономика и менеджмент.
16. Мухина, Ю.Р. Веб-технологии: основы верстки сайтов [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю.Р. Мухина ; Ю. Р. Мухина. - Веб-технологии: основы верстки сайтов ; 2032-08-22. - Челябинск : Южно-Уральский технологический университет, 2021. - 154 с. - Книга находится в премиум-версии IPR SMART. - Текст. - Гарантированный срок размещения в ЭБС до 22.08.2032 (автопролонгация). - ISBN 978-5-6047814-5-6.
17. Николаева, М.А. Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг [Электронный ресурс] / М.А. Николаева ; Николаева М. А. - Екатеринбург : УрГПУ, 2017. - 166 с. - Книга находится в ЭБС «Лань». - Книга из коллекции УрГПУ - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-7186-0867-0.
18. Рындина, С.В. Электронный бизнес: создание, развитие и продвижение цифровых продуктов [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.В. Рындина ; Рындина С. В. - Пенза : ПГУ, 2019. - 88 с. - Книга находится в ЭБС «Лань». - Книга из коллекции ПГУ - Информатика. - ISBN 978-5-907185-85-2.
19. Сафонова, Л.А. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.А. Сафонова, Г.Н. Смоловик, В.П. Королева ; Л. А. Сафонова, Г. Н. Смоловик, В. П. Королева. - Интернет-маркетинг ; 2025-01-21. - Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2019. - 80 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Гарантированный срок размещения в ЭБС до 21.01.2025 (автопролонгация). - ISBN 2227-8397.
20. Шевченко, Д.А. Цифровой маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / Д.А. Шевченко ; Д. А. Шевченко. - Москва : Директ-Медиа, 2022. - 185 с. : ил., табл. - Книга находится в ЭБС «Университетская библиотека online». - Библиогр.: с. 174. - ISBN 978-5-4499-3059-0.
21. Электронные деньги в коммерческом банке [Электронный ресурс] : практическое пособие / А.В. Пухов [и др.] ; А. В. Пухов, А. Ю. Мацкевич, А. В. Рего, П. В. Ушанов. - Электронные деньги в коммерческом банке ; 2024-07-10. - Москва, Саратов : ЦИПСиР, Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 208 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Гарантированный срок размещения в ЭБС до 10.07.2024 (автопролонгация). - ISBN 978-5-4486-0774-5.
22. Web-сайт. Разработка, создание, сопровождение [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Б. Фролов [и др.] ; А. Б. Фролов, И. А. Нагаева, И. А. Кузнецов; под редакцией И. А. Нагаевой. - Web-сайт. Разработка, создание, сопровождение ; Весь срок охраны авторского права. - Саратов : Вузовское образование, 2020. - 355 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Весь срок охраны авторского права. - ISBN 978-5-4487-0700-1.