

УТВЕРЖДЕНО

ученым педагогическим советом

(протокол №06-22 от «22» июня 2022 г.)

Председатель педагогического совета

Директор Л.Н. Цой



Рабочая программа дисциплины

ОП.13 Интернет-маркетинг

ПССЗ по специальности

09.02.07 Информационные системы и программирование

Объем дисциплины – 52 часа.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 09.02.07 Информационные системы и программирование. Укрупненная группа специальностей 09.00.00 Информатика и вычислительная техника.

Разработчики

рабочей программы:

НПОУ «ЯКИТ»

Преподаватель

В.А. Виниченко

(место работы)

(должность)

—
(инициалы,
фамилия)

Обсуждено на заседании
отделения

«17» июня 2022 г.

протокол №9/3

Председатель Зав. отделения
отделения



И.В. Пронин

Рассмотрено на заседании научно-
методической комиссии

«20» июня 2022 г.

протокол №5

Председатель Заместитель директора
НМК по учебно-
методической работе




«20» июня 2022 г.

**Заместитель
директора по
учебно-
методической
работе**



С.И. Томская

«20» июня 2022 г.

№ п/п	Прилагаемый к Рабочей программе документ, содержащий текст обновления	Решение отделения		Подпись заведующего отделением	Фамилия И.О. заведующего отделением
		дата	Протокол №		
1.	Приложение № 1	26.08.2024	11		Пронин И.В.
2.	Приложение № 2				
3.	Приложение № 3				
4.	Приложение № 4				
5.	Приложение № 5				

СОДЕРЖАНИЕ

1.ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
2.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
3.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	14
4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	17

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП. 13 ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 09.02.07 Информационные системы и программирование

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

ОПЦ. Общепрофессиональный цикл

ОП.13 Интернет-маркетинг

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- осуществлять маркетинговые исследования при помощи средств сети «интернет»;
- устанавливать контакты с потребителями и контрагентами в сети «интернет»;
- осуществлять сбытовую деятельность при помощи средств сети «интернет»;
- решать маркетинговые задачи предприятия в сети «интернет»;
- искать и анализировать информацию в сети «интернет»;
- искать информацию и анализировать портрет потенциальных потребителей и конкурентов в сети «интернет».

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен **знать**:

- основные понятия интернет-маркетинга;
- условия ведения маркетинговой деятельности в сети «интернет»;
- основы маркетинговых исследований при помощи средств сети «интернет»;
- основные каналы продвижения товаров и услуг в сети «интернет»;
- современные методы организации сбыта в сети «интернет».

ОК, которые актуализируются при изучении учебной дисциплины:

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

ДПК, которые актуализируются при изучении учебной дисциплины:

ДПК 4.1. Осуществление обработки и анализа данных по тиражам изданий и дистрибьюторам.

ДПК 4.2. Формирование и исполнение мероприятий по стимулированию и сбору подписки

1.4. Количество часов на освоение дисциплины:

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 52 часа, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 36 часов;
- внеаудиторная самостоятельная нагрузка 16 часов;

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.13 ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	52
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	36
в том числе:	
Лекционные занятия (если предусмотрено)	16
лабораторные занятия (если предусмотрено)	-
практические занятия (если предусмотрено)	20
контрольные работы (если предусмотрено)	-
курсовая работа (проект) (если предусмотрено)	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	16
Промежуточная аттестация в форме	зачет

2.2. Тематический план и содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрено)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Тема 1. Введение в интернет-маркетинг и его роль	Содержание учебного материала. Роль и место интернет-маркетинга в общей маркетинговой политике компании. Стратегия системного интернет-маркетинга и алгоритм ее разработки. Бизнес-цели и задачи компании. Позиционирование компании. Уникальное торговое предложение продуктов/услуг	2	1,2
	Практические занятия. Сервисы и ресурсы Интернет. Сущность и инструменты	2	1,2
	Самостоятельная работа Интернет-маркетинга. Портрет интернет-аудитории	2	1,2
Тема 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга	Содержание учебного материала. Этапы построения системы маркетинга на основе сайта организации. Необходимые интернет-сервисы для создания сайта. Виды лидов и способы оплаты. Источники лидов. Разработка посадочных страниц и модели возвращивания лидов на разных типах площадок. Методика	2	1,2

	повышения качества лидов.		
	Практические занятия. Определение лида. Виды посадочных страниц.	2	1,2
	Самостоятельная работа Будущее лидогенерации. квалификации лида. Сформировать воронку продаж. Выбрать методы лидогенерации	2	1,2
Тема 3. Создание и оптимизация сайта	Содержание учебного материала. Планирование Web-сайта. Реализация Web-сайта. Привлечение пользователей на Web-сайт. Основные понятия SEO.	2	1,2
	Практические занятия. Принципы создания контентных сайтов.	2	1,2
	Самостоятельная работа Способы монетизации. Поиск и создание уникальных статей.	2	1,2
Тема 4. Управление проектами в интернет-маркетинге	Содержание учебного материала. Этапы разработки проектов в интернете. Особенности выбора поставщиков. Виды систем управления сайтом. Usability тестирование. Варианты хостинга.	2	1,2
	Практические занятия. Принципы создания интернет-магазинов.	2	1,2
	Самостоятельная работа Способы до продаж. Товарные лэндинги	2	1,2
Тема 5. Основные принципы работы с аудиторией сайта	Содержание учебного материала. Основные принципы работы с аудиторией сайта. Классификация потребителей по отношению к интернет-проекту.	2	1,2
	Практические занятия. Принципы работы со своими клиентами крупных интернет-магазинов. Поведение клиента в интернет-пространстве при покупке товаров и услуг.	2	1,2
	Самостоятельная работа Правила общения с клиентами в личных сообщениях.	2	1,2
Тема 6. Контекстная реклама для быстрых продаж	Содержание учебного материала. Контекстная реклама. Задачи контекстной рекламы. Основные понятия. Системы контекстной рекламы Яндекс Директ и Google	2	1,2

	Adwords.		
	Практические занятия. Причины отсутствия кликов по рекламе со стороны потенциальных клиентов. Самостоятельная работа	2	1,2
	Эволюция рекламных креативов в поисковых системах	2	1,2
Тема 7. Баннерная реклама	Содержание учебного материала. Медийная реклама, основные понятия. Виды рекламных баннеров.	1	1,2
	Самостоятельная работа Технические требования к баннерам. Развитие медийной рекламы.	2	1,2
	Практические занятия. Причины баннерной слепоты. Рекламное анимированное видео. Геймифицированная реклама.	2	1,2
Тема 8. E-mail маркетинг	Содержание учебного материала. Типы e-mail рассылок. Основные термины. Схемы e-mail рассылок и сервисы для их ведения. Структура письма для рассылки.	1	1,2
	Практические занятия. Принципы работы почтовых роботов. Спам.	2	1,2
	Самостоятельная работа Базы для рассылок.	2	1,2
Тема 9. Social media marketing и таргетированная реклама	Содержание учебного материала. Маркетинг в социальных сетях. Основные задачи и преимущества SMM. Рекламные возможности Twitter. Рекламные возможности Vkontakte. Таргетированная реклама. Рекламные возможности Facebook. Таргетированная реклама.	2	1,2
	Практические занятия. Принципы работы роботов социальных сетей.	2	1,2
	Самостоятельная работа Боты. Рассылки.	2	1,2
ВСЕГО		52	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.13 ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация дисциплины требует наличия учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета:

- рабочие места обучающихся: парты, стулья;
- рабочее место преподавателя;
- ученическая доска.

Технические средства обучения:

- проектор, экран, локальная сеть, доступ к глобальной сети Интернет, программное обеспечение общего и профессионального назначения, комплект учебно-методической документации.

3.2 Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/432128>

2. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 495 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02621-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/412623>

Дополнительные источники:

1. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2661-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425233>

Перечень интернет-ресурсов, других источников:

1. <https://urait.ru/book/internet-marketing-432128>
2. <https://urait.ru/bcode/431801>
3. <https://urait.ru/bcode/425233>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.13 ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять маркетинговые исследования при помощи средств сети «интернет»; - устанавливать контакты с потребителями и контрагентами в сети «интернет»; - осуществлять сбытовую деятельность при помощи средств сети «интернет»; - решать маркетинговые задачи предприятия в сети «интернет»; - искать и анализировать информацию в сети «интернет»; - искать информацию и анализировать портрет потенциальных потребителей и конкурентов в сети «интернет». 	<p>Тестирование Экспертная оценка выполнения практического задания Экспертное оценивание результатов дискуссии Экспертное оценивание презентаций Зачет</p>
<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия интернет-маркетинга; - условия ведения маркетинговой деятельности в сети «интернет»; - основы маркетинговых исследований при помощи средств сети «интернет»; - основные каналы продвижения товаров и услуг в сети «интернет»; современные методы организации сбыта в сети «интернет». 	<p>Тестирование Экспертная оценка выполнения практического задания Экспертное оценивание результатов дискуссии Экспертное оценивание презентаций Зачет</p>