

УТВЕРЖДЕНО

ученым педагогическим советом

(протокол №06-23 от «26» июня 2023 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 – 54 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

«19» июня 2023 г.

протокол №9/1

Председатель
отделения

Зав. отделения

И.В. Пронин

Рассмотрено на заседании методического
совета

«20» июня 2023 г.

протокол №6

Председатель
методического
совета


Заместитель директора
по учебно-
методической работе

«20» июня 2023 г.

**Заместитель
директора по
учебно-
методической
работе**

С.И. Томская

«26» июня 2023 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 54 часа, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 36 часов;
- практическая работа обучающегося – 20 часов;
- внеаудиторной учебной нагрузки (всего) 18 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) | 54 |
| Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего) | 36 |
| в том числе: | |
| Лекционные занятия (если предусмотрено) | 16 |
| лабораторные занятия <i>(если предусмотрено)</i> | - |
| практические занятия <i>(если предусмотрено)</i> | 20 |
| контрольные работы <i>(если предусмотрено)</i> | - |
| курсовая работа (проект) <i>(если предусмотрено)</i> | - |
| Самостоятельная работа обучающегося (всего) | 18 |
| 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) <i>(если предусмотрено)</i> | 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 политики 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 Интернет-маркетинга. Портрет интернет-аудитории | 2 | 1,2 |
| | Самостоятельная работа | 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 вращивания лидов на разных типах площадок. Методика повышения качества лидов. | 2 | 1,2 |

| | | | |
|--|---|---|-----|
| | Практические занятия. Определение лида. Виды посадочных страниц. Будущее лидогенерации. квалификации лида. Сформировать воронку продаж. Выбрать методы лидогенерации | 2 | 1,2 |
| | Самостоятельная работа | 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 | |
| | Практические занятия. Принципы создания контентных сайтов. Способы монетизации. Поиск и создание уникальных статей. | 2 | 1,2 |
| | Самостоятельная работа | 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. Способы допродаж. Товарные лендинги | 2 | 1,2 |
| | Самостоятельная работа | 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. Правила общения с клиентами в личных сообщениях. | 2 | 1,2 |
| | Самостоятельная работа | 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 Adwords. | 2 | 1,2 |
| | Практические занятия. Причины отсутствия кликов по рекламе со стороны потенциальных клиентов. Эволюция рекламных креативов в поисковых системах | 2 | 1,2 |

| | | | |
|---|---|-----------|-----|
| Тема 7. Баннерная реклама | Содержание учебного материала. Медийная реклама, основные понятия. Виды рекламных баннеров. Технические требования к баннерам. Развитие медийной рекламы. | 2 | 1,2 |
| | Практические занятия. Причины баннерной слепоты. Рекламное анимированное видео. Геймифицированная реклама. | 2 | 1,2 |
| | Самостоятельная работа | 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. | 2 | 1,2 |
| | Практические занятия. Принципы работы почтовых роботов. Спам. Базы для рассылок. | 2 | 1,2 |
| | Самостоятельная работа. | 2 | 1,2 |
| Тема 9. Social media marketing и таргетирован ная 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. Боты. Рассылки. | 4 | 1,2 |
| | Самостоятельная работа. | 2 | 1,2 |
| ВСЕГО | | 54 | |

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> |