

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 – 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

«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 отделения	Фамилия И.О. заведующего отделения
		дата	Протокол №		
1.	Приложение № 1				
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. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 11. Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

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;

## 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)	
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 политики компании. Стратегия системного интернет-маркетинга и алгоритм ее разработки. Бизнес-цели и задачи компании. Позиционирование компании. Уникальное торговое предложение продуктов/услуг	6	
	Практические занятия. Сервисы и ресурсы Интернет. Сущность и инструменты Интернет-маркетинга. Портрет интернет-аудитории	6	
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 повышения качества лидов.	5	
	Практические занятия. Определение	5	

	лида. Виды посадочных страниц. Будущее лидогенерации. квалификация лида. Сформировать воронку продаж. Выбрать методы лидогенерации		
Тема 3. Создание и оптимизация сайта	Содержание учебного материала. Планирование Web-сайта. Реализация Web-сайта. Привлечение пользователей на Web-сайт. Основные понятия SEO.	6	
	Практические занятия. Принципы создания контентных сайтов. Способы монетизации. Поиск и создание уникальных статей.	6	
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.	6	
	Практические занятия. Принципы создания интернет-магазинов. Способы допродаж. Товарные лендинги	6	
Тема 5. Основные принципы работы с аудиторией сайта	Содержание учебного материала. Основные принципы работы с аудиторией сайта. Классификация потребителей по отношению к интернет-проекту.	6	
	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.	6	
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.	6	
	Практические занятия. Причины отсутствия кликов по рекламе со стороны потенциальных клиентов. Эволюция рекламных креативов в поисковых системах	6	
Тема 7. Баннерная реклама	Содержание учебного материала. Медийная реклама, основные понятия. Виды рекламных баннеров. Технические требования к баннерам. Развитие медийной	6	

	рекламы.		
	Практические занятия. Причины баннерной слепоты. Рекламное анимированное видео. Геймифицированная реклама.	6	
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.	6	
	Практические занятия. Принципы работы почтовых роботов. Спам. Базы для рассылок.	6	
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.	6	
	Практические занятия. Принципы работы роботов социальных сетей. Боты. Рассылки.	6	
<b>ВСЕГО</b>		<b>52</b>	



### **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.

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