

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Григорьев Сергей Сергеевич
Должность: Заместитель директора по информатизации и цифровизации
Дата подписания: 10.03.2025 07:14:23
Уникальный программный ключ:
33b52346aed603d1e29801db513455d4dfc35e27

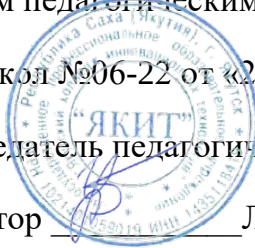
ИПОУ «ЯКУТСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»

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

ППССЗ по специальности

09.02.07 Информационные системы и программирование

Объем дисциплины – 52 часа.

Якутск, 2022

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» (место работы)	Преподаватель (должность)	Баишева Р.А. (инициалы, фамилия)
Обсуждено на заседании отделения		«17» июня 2022 г. 	протокол №9/3
Председатель отделения	Зав. отделения		И.В. Пронин
Рассмотрено на заседании методического совета		«20» июня 2022 г. 	протокол №5
Председатель методического совета	Заместитель директора по методической работе		«20» июня 2022 г.
Заместитель директора по методической работе		С.И. Томская	«20» июня 2022 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.	1.ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
2.	2.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
3.	3.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	14
4.	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:

ОП. 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 – 20 часов;
- практическая работа обучающегося – 10 часов;

Самостоятельная работа обучающегося – 32 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)	20
в том числе:	
Лекционные занятия (если предусмотрено)	
лабораторные занятия (если предусмотрено)	
практические занятия (если предусмотрено)	10
контрольные работы (если предусмотрено)	
курсовая работа (проект) (если предусмотрено)	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	32
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. Разработка стратегии интернет-маркетинга	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. 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	3	1,2

	вращения лидов на разных типах площадок. Методика повышения качества лидов.		
	Самостоятельная работа. Сервисы и ресурсы Интернет. Сущность и инструменты Интернет-маркетинга. Портрет интернет-аудитории Определение лида. Виды посадочных страниц. Будущее лидогенерации. Квалификации лида. Сформировать воронку продаж. Выбрать методы лидогенерации	10	1,2
Тема 2. Создание и оптимизация сайта Управление проектами в интернет-маркетинге	Содержание учебного материала. Планирование Web-сайта. Реализация Web-сайта. Привлечение пользователей на Web-сайт. Основные понятия SEO. Этапы разработки проектов в интернете. Особенности выбора поставщиков. Виды систем управления сайтом. Usability тестирование. Варианты хостинга.	2	1,2
	Самостоятельная работа. Принципы создания контентных сайтов. Способы монетизации. Поиск и создание уникальных статей. Принципы создания интернет-магазинов. Способы допродаж. Товарные лендинги.	10	1,2
Тема 3. Основные принципы работы с аудиторией сайта. Контекстная реклама для быстрых продаж	Содержание учебного материала. Основные принципы работы с аудиторией сайта. Классификация потребителей по отношению к интернет-проекту. Контекстная реклама. Задачи контекстной рекламы. Основные понятия. Системы контекстной рекламы Яндекс Директ и Google Adwords.	2	1,2

	Самостоятельная работа. 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. Причины отсутствия кликов по рекламе со стороны потенциальных клиентов. Эволюция рекламных креативов в поисковых системах	10	1,2
Тема 4. Баннерная реклама E-mail маркетинг. Social media marketing и таргетированная реклама	Содержание учебного материала. Медийная реклама, основные понятия. Виды рекламных баннеров. Технические требования к баннерам. Развитие медийной рекламы. Типы e-mail рассылок. Основные термины. Схемы e-mail рассылок и сервисы для их ведения. Структура письма для рассылки Маркетинг в социальных сетях. Основные задачи и преимущества SMM. Рекламные возможности Twitter. Рекламные возможности Vkontakte. Таргетированная реклама. Рекламные возможности Facebook. Таргетированная реклама.	3	1,2
	Самостоятельная работа. Причины баннерной слепоты. Рекламное анимированное видео. Геймифицированная реклама.. Принципы работы почтовых роботов. Спам. Базы для рассылок. Принципы работы роботов социальных сетей. Боты. Рассылки.	2	1,2
Практические работы		10	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, 2021. — 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, 2022. — 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, 2022. — 408 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2661-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425233>

2. Вайгенд, Андреас. Big data. Вся технология в одной книге перевод с английского С. Богданова. - Москва : Эксмо, Бомбора, 2022. - 380 Российская государственная онлайн библиотека [сайт]. — URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01009778621>

3. Терещенко, Владимир Михайлович. Маркетинг: новые технологии в России [Текст] [подробный путеводитель по лабиринтам Российского рынка]

/ В. Терещенко. - Санкт-Петербург : Питер, 2022. - 415 с. : ил., табл.; 21 см. - (Маркетинг для профессионалов); ISBN 5-318-00288-9 Российская государственная онлайн библиотека [сайт]. — URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01000722057>

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. <https://search.rsl.ru/ru/record/01009778621>
5. <https://search.rsl.ru/ru/record/01000722057>

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
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».	<i>Тестирование</i> <i>Экспертная оценка выполнения практического задания</i> <i>Экспертное оценивание результатов дискуссии</i> <i>Экспертное оценивание презентаций</i> <i>Зачет</i>
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».	<i>Тестирование</i> <i>Экспертная оценка выполнения практического задания</i> <i>Экспертное оценивание результатов дискуссии</i> <i>Экспертное оценивание презентаций</i> <i>Зачет</i>