

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Григорьев Сергей Сергеевич
Должность: Заместитель директора по информатизации и цифровизации
Дата подписания: 22.06.2026 13:44:10
Уникальный программный ключ:
33b52346aed603d1e29801db513455d4dfc35e27

НПОУ «ЯКУТСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»

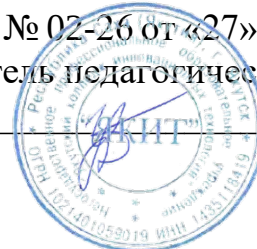
УТВЕРЖДЕНО

педагогическим советом

(протокол № 02-26 от «27» февраля 2026)

Председатель педагогического совета

Директор _____ Л.Н. Цой



Рабочая программа дисциплины

ОП.12 Интернет-маркетинг

ППССЗ по специальности

38.02.03 Операционная деятельность в логистике

Объем дисциплины - 36 час.

Якутск 2026

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.03 Операционная деятельность в логистике. Укрупненная группа специальностей 38.00.00 Экономика и управление.

Разработчики рабочей программы:	НПОУ «ЯКИТ» (место работы)	преподаватель (должность)	Т.В. Кемадингар (инициалы, фамилия)
---------------------------------------	-------------------------------	------------------------------	--

Обсуждено на заседании отделения ИТ	02 февраля 2026 г.	протокол № 06
--	--------------------	---------------

Председатель заседания отделения	Зав. отделением		И.В. Пронин
--	-----------------	--	-------------

Рассмотрено на заседании методического совета	«24» февраля 2026 г.	протокол № 02-26
--	----------------------	------------------

Председатель методического совета	Директор НПОУ «ЯКИТ»		«24» февраля 2026 г. Цой Л.Н.
---	-------------------------	---	----------------------------------

Заместитель директора по научно-методической работе			«24» февраля 2026 г. Зайцева Д.А.
--	--	---	--------------------------------------

№ 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				
2.	Приложение № 2				
3.	Приложение № 3				
4.	Приложение № 4				
5.	Приложение № 5				

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	9
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	10

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.12 ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа дисциплины является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.03 Операционная деятельность в логистике.

1.2. Место дисциплины в структуре образовательной программы:

ПП. Профессиональная подготовка

ОП. Общепрофессиональный цикл

ОП.12. Интернет-маркетинг.

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

В результате освоения 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 освоения 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».

ПК и ОК, которые актуализируются при изучении дисциплины:

ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

1.4. Количество часов на освоение дисциплины:

Максимальной учебной нагрузки обучающегося - 36 часов, в том числе:

– аудиторной учебной работы обучающегося (обязательных учебных занятий) – 36 часов, из них практические работы обучающихся (всего) – 20 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.12 ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

2.1 Объем дисциплины и виды учебной работы

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

2.2 Тематический план и содержание дисциплин

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (основное и профессионально-ориентированное), лабораторные и практическая работа, прикладной модуль (при наличии)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Тема 1. Введение в интернет-маркетинг и его роль	Содержание	1	1,2
	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		
	Практическая работа Сервисы и ресурсы Интернет. Сущность и инструменты Интернет-маркетинга. Портрет интернет-аудитории	2	1,2
Тема 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга	Содержание	2	1,2
	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 взращивания лидов на разных типах площадок. Методика повышения качества лидов.		
	Практическая работа Определение лида. Виды посадочных страниц.	2	

	Будущее лидогенерации. квалификации лида. Сформировать воронку продаж. Выбрать методы лидогенерации		
Тема 3. Создание и оптимизация сайта	Содержание	3	1,2
	Основы внутрифирменного планирования в современных условиях хозяйствования. Методы и принципы планирования. Система планов предприятия в сфере туризма и гостеприимства. Текущий план предприятия сферы туризма гостеприимства. Структура доходов. Основные факторы, определяющими доход предприятия (загрузка номерного фонда и цены на услуги (стоимость номера, услуг питания, туроператорский и турагентских услуг, дополнительных услуг). Понятие и содержание производственной (эксплуатационной) программы гостиницы. Факторы формирования эксплуатационной программы. Планирование эксплуатационной программы. Показатели эксплуатационной программы.		
	Практическая работа	2	1,2
	Расчёт пропускной способности предприятий туризма и гостеприимства. Расчёт объёма реализации основных и дополнительных услуг.		
Тема 4. Управление проектами в интернет-маркетинге	Содержание	2	1,2
	Этапы разработки проектов в интернете. Особенности выбора поставщиков. Виды систем управления сайтом. Usability тестирование. Варианты хостинга.		
	Практическая работа	2	1,2
	Принципы создания интернет-магазинов. Способы допродаж. Товарные лендинги		
Тема 5. Основные принципы работы с аудиторией сайта	Содержание	2	1,2
	Основные принципы работы с аудиторией сайта. Классификация потребителей по отношению к интернет-проекту.		
	Практическая работа	2	1,2
	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.		

Тема 6. Контекстная реклама для быстрых продаж	Содержание	1	1,2
	Контекстная реклама. Задачи контекстной рекламы. Основные понятия. Системы контекстной рекламы Яндекс Директ и Google Adwords.		
	Практическая работа	2	1,2
	Причины отсутствия кликов по рекламе со стороны потенциальных клиентов. Эволюция рекламных креативов в поисковых системах		
Тема 7. Баннерная реклама	Содержание	1	1,2
	Медийная реклама, основные понятия. Виды рекламных баннеров. Технические требования к баннерам. Развитие медийной рекламы.		
	Практическая работа	3	1,2
	Причины баннерной слепоты. Рекламное анимированное видео. Геймифицированная реклама.		
Тема 8. E-mail маркетинг	Содержание	2	1,2
	Типы e-mail рассылок. Основные термины. Схемы e-mail рассылок и сервисы для их ведения. Структура письма для рассылки.		
	Практическая работа	2	1,2
	Принципы работы почтовых роботов. Спам. Базы для рассылок.		
Тема 9. Social media marketing и таргетированная реклама	Содержание	2	1,2
	Маркетинг в социальных сетях. Основные задачи и преимущества SMM. Рекламные возможности Twitter. Рекламные возможности Vkontakte. Таргетированная реклама. Рекламные возможности Facebook. Таргетированная реклама.		
	Практическая работа	3	1,2
	Принципы работы роботов социальных сетей. Боты. Рассылки.		
ВСЕГО		36	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.12 ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

3.1. Материально-техническое обеспечение

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

Перечень учебных изданий, интернет – ресурсов, дополнительной литературы.

Основные источники:

1. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589140>

Дополнительные источники:

1. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21929-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582443>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.12 ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, 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».	Тестирование Экспертная оценка выполнения практического задания Экспертное оценивание результатов дискуссии Экспертное оценивание презентаций Зачет
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».	Тестирование Экспертная оценка выполнения практического задания Экспертное оценивание результатов дискуссии Экспертное оценивание презентаций Зачет