

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Григорьев Сергей Сергеевич
Должность: Заместитель директора по информатизации и цифровизации
Дата подписания: 01.09.2025 15:04:26
Уникальный программный ключ:
33b52346aed603d1e29801db513455d4dfc35e27

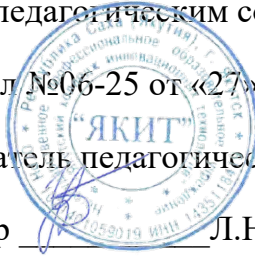
НПОУ «ЯКУТСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»

УТВЕРЖДЕНО

ученым педагогическим советом

(протокол №06-25 от «27» июня 2025 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 – 50 часа.

Якутск, 2025

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	НПОУ «ЯКИТ»	Преподаватель	Р.А. Баишева
рабочей	_____	_____	_____
программы:	(место работы)	(должность)	(инициалы, фамилия)

Обсуждено на заседании _____ «05» июня 2025. _____ протокол №10
отделения

Председатель	Зав. отделения		И.В. Пронин
отделения		_____	

Рассмотрено на заседании _____ «26» июня 2025 г. _____ протокол №6-25
методического совета

Председатель МС	Директор		«26» июня 2025 г .

Заместитель			
директора по		Д.А. Зайцева	«26» июня 2025 г.
методической	_____		
работе			

№ 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. 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 50 часа, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 36 часов;
- практическая работа обучающегося – 20 часов;

Самостоятельная работа обучающегося – 14 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)	50
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)	14
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	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 взращивания 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.	-	1, 2
ВСЕГО		50	

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 / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560243>

2. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568394>

3. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19100-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560524>

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>