

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

НПОУ «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»

Преподаватель

В.А. Виниченко

(место работы)

(должность)

(инициалы, фамилия)

**Обсуждено** на заседании  
отделения

«17» июня 2022 г.

протокол №9/3

Председатель  
отделения

Зав. отделения



И.В. Пронин

**Рассмотрено** на заседании научно-  
методической комиссии

«20» июня 2022 г.

протокол №5

Председатель  
НМК

Заместитель директора  
по учебно-  
методической работе



«20» июня 2022 г.

**Заместитель  
директора по  
учебно-  
методической  
работе**



С.И. Томская

«20» июня 2022 г.

| №<br>п/п | Прилагаемый к Рабочей<br>программе документ,<br>содержащий текст<br>обновления | Решение отделения |            | Подпись<br>заведующего<br>отделением                                                  | Фамилия И.О.<br>заведующего<br>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 52 часа, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 36 часов;
- внеаудиторная самостоятельная нагрузка 16 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)      | 16          |
| 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.<br>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                                                                                                                                                                                                              | 2           | 1, 2             |
|                                                     | Самостоятельная работа Интернет-маркетинга. Портрет интернет-аудитории                                                                                                                                                                                                                | 2           | 1, 2             |
| Тема 2.<br>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                            | 2           | 1, 2             |

|                                                        |                                                                                                                                                                                 |   |      |
|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------|
|                                                        | разных типах площадок. Методика повышения качества лидов.                                                                                                                       |   |      |
|                                                        | Практические занятия. Определение лида. Виды посадочных страниц.                                                                                                                | 2 | 1, 2 |
|                                                        | Самостоятельная работа<br>Будущее лидогенерации. квалификации лида. Сформировать воронку продаж. Выбрать методы лидогенерации                                                   | 2 | 1, 2 |
| Тема 3.<br>Создание и оптимизация сайта                | Содержание учебного материала. Планирование Web-сайта. Реализация Web-сайта. Привлечение пользователей на Web-сайт. Основные понятия SEO.                                       | 2 | 1, 2 |
|                                                        | Практические занятия. Принципы создания контентных сайтов.                                                                                                                      | 2 | 1, 2 |
|                                                        | Самостоятельная работа<br>Способы монетизации. Поиск и создание уникальных статей.                                                                                              | 2 | 1, 2 |
| Тема 4.<br>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.                                                                                                                     | 2 | 1, 2 |
|                                                        | Самостоятельная работа<br>Способы до продаж. Товарные лэндинги                                                                                                                  | 2 | 1, 2 |
| Тема 5.<br>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.                    | 2 | 1, 2 |
|                                                        | Самостоятельная работа<br>Правила общения с клиентами в личных сообщениях.                                                                                                      | 2 | 1, 2 |
| Тема 6.<br>Контекстная реклама для быстрых продаж      | Содержание учебного материала. Контекстная реклама. Задачи контекстной рекламы. Основные понятия. Системы контекстной рекламы Яндекс Директ и Google                            | 2 | 1, 2 |

|                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                    |    |      |
|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------|
|                                                             | Adwords.                                                                                                                                                                                                                                           |    |      |
|                                                             | Практические занятия. Причины отсутствия кликов по рекламе со стороны потенциальных клиентов. Самостоятельная работа                                                                                                                               | 2  | 1, 2 |
|                                                             | Эволюция рекламных креативов в поисковых системах                                                                                                                                                                                                  | 2  | 1, 2 |
| Тема 7.<br>Баннерная реклама                                | Содержание учебного материала. Медийная реклама, основные понятия. Виды рекламных баннеров.                                                                                                                                                        | 1  | 1, 2 |
|                                                             | Самостоятельная работа<br>Технические требования к баннерам. Развитие медийной рекламы.                                                                                                                                                            | 2  | 1, 2 |
|                                                             | Практические занятия. Причины баннерной слепоты. Рекламное анимированное видео. Геймифицированная реклама.                                                                                                                                         | 2  | 1, 2 |
| Тема 8.<br>Е-mail маркетинг                                 | Содержание учебного материала. Типы e-mail рассылок. Основные термины. Схемы e-mail рассылок и сервисы для их ведения. Структура письма для рассылки.                                                                                              | 1  | 1, 2 |
|                                                             | Практические занятия. Принципы работы почтовых роботов. Спам.                                                                                                                                                                                      | 2  | 1, 2 |
|                                                             | Самостоятельная работа<br>Базы для рассылок.                                                                                                                                                                                                       | 2  | 1, 2 |
| Тема 9.<br>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. | 2  | 1, 2 |
|                                                             | Практические занятия. Принципы работы роботов социальных сетей.                                                                                                                                                                                    | 2  | 1, 2 |
|                                                             | Самостоятельная работа<br>Боты. Рассылки.                                                                                                                                                                                                          | 2  | 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, 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<br>(освоенные умения, усвоенные знания)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Формы и методы контроля и<br>оценки результатов обучения                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>уметь:</b> <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> | Тестирование<br>Экспертная оценка выполнения практического задания<br>Экспертное оценивание результатов дискуссии<br>Экспертное оценивание презентаций<br>Зачет |
| <b>знать:</b> <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>                                                                                                                                                              | Тестирование<br>Экспертная оценка выполнения практического задания<br>Экспертное оценивание результатов дискуссии<br>Экспертное оценивание презентаций<br>Зачет |