

Государственное бюджетное профессиональное образовательное
учреждение
«Дербентский профессионально-педагогический колледж им.
Г.Б.Казиахмедова»

ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП 13 Интернет-маркетинг

Для специальности универсального профиля

09.02.07 «Информационные системы и программирование»

Дербент 2025г.

Программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 09.02.07 Информационные системы и программирование

Организация-разработчик: ГБПОУ ДППК им. Г.Б.Казиахмедова

Разработчики:

Махмудова Наима Гаджиевна, зам.директора по УР ГБПОУ ДППК им. Г.Б.Казиахмедова;

Мирзоева Диляра Магомедовна, преподаватель ГБПОУ ДППК им. Г.Б.Казиахмедова

Программа рассмотрена на заседании методического объединения преподавателей

Рекомендована методическим советом ГБПОУ ДППК им. Г.Б.Казиахмедова к использованию в качестве рабочей программы предмета для специальностей универсального профиля от 21.02.2025

Утверждена приказом директора ГБПОУ ДППК им. Г.Б.Казиахмедова № _54_ от 24.02.25

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр. 4
2. СТРУКТУРА СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	11

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Интернет-маркетинг

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 09.02.07 Информационные системы и программирование

1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена

Дисциплина входит в Профессиональный цикл ППССЗ в раздел Общепрофессиональные дисциплины, дисциплины вариативной части учебного плана

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь:**

- формировать цели и задачи для продвижения;
- сегментировать и описывать целевую аудиторию;
- работать с программами для отправки-получения электронной корреспонденции;
- искать информацию и необходимые для работы сервисы в современных поисковых системах;
- составлять маркетинговые стратегии;
- составлять SMM-стратегии;
- составлять контент-планы;
- составлять тексты для социальных сетей;
- составлять тексты для разных видов рассылок;
- оформлять презентации для заказчика;
- формировать структуру лендингов;
- создавать лендинги на конструкторах;
- проводить сравнительный анализ конкурентов по сайтам и страницам в социальных сетях;
- составлять аналитический отчет по анализу конкурентной среды;
- формировать автоматические email-рассылки с помощью сервисов;
- формировать семантическое ядро для сайта;
- разрабатывать уникальные торговые предложения;
- самостоятельно запускать таргетированную рекламу;
- самостоятельно запускать контекстную рекламу;
- самостоятельно запускать медийную рекламу;
- формировать структуру продающего письма;
- формировать темы писем с максимальным Open Rate.

знать:

- основные термины и понятия маркетинга;

- основные каналы маркетинговых коммуникаций в интернете;
- методы проведения исследований в интернете;
- особенности функционирования социальных медиа;
- особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа;
- основы копирайтинга;
- основы использования цвета;
- основы деловой коммуникации;
- особенности подготовки текстовых, графических фото-, видеоматериалов для размещения в социальных медиа;
- принципиальные отличия лендингов от сайтов;
- основы разработки лендингов;
- правила работы с негативом в сети Интернет;
- особенности привлечения трафика на посадочные страницы;
- рекламные механизмы показа аудитории рекламных сообщений в сети Интернет;
- особенности работы поисковых систем;
- основы SEO-продвижения;
- особенности формирования контента в социальных сетях;
- особенности работы рекламных кабинетов в социальных сетях;
- особенности работы с email-рассылками;
- особенности личного бренда;
- особенности работы и отчетности в качестве самозанятого.

В результате освоения дисциплины должны быть ***сформированы общие компетенции:***

- ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.
- ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.
- ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.
- ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.
- ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.
- ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке.
- ОК 11. Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

профессиональные компетенции

- ПК 8.1. Разрабатывать дизайн-концепции веб-приложений в соответствии с корпоративным стилем заказчика.

- ПК 8.2. Формировать требования к дизайну веб-приложений на основе анализа предметной области и целевой аудитории.
- ПК 8.3. Осуществлять разработку дизайна веб-приложения с учетом современных тенденций в области веб-разработки.
- ПК 9.1. Разрабатывать техническое задание на веб-приложение в соответствии с требованиями заказчика.
- ПК 9.2. Разрабатывать веб-приложение в соответствии с техническим заданием.
- ПК 9.3. Разрабатывать интерфейс пользователя веб-приложений в соответствии с техническим заданием.
- ПК 9.6. Размещать веб приложения в сети в соответствии с техническим заданием.
- ПК 9.7. Осуществлять сбор статистической информации о работе веб-приложений для анализа эффективности его работы.
- ПК 9.9. Модернизировать веб-приложение с учетом правил и норм подготовки информации для поисковых систем.
- ПК 9.10. Реализовывать мероприятия по продвижению веб-приложений в сети Интернет.
- ПК 10.1. Обработать статический и динамический информационный контент.

1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 58 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 52 часа;

Промежуточная аттестация в форме *экзамена* **6 часов**.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	58
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	52
в том числе:	
практические занятия	
контрольные работы	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	
в том числе:	
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: - Создание маркетинговой стратегии для компании в сети Интернет	
Промежуточная аттестация в форме экзамена	6

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Интернет-маркетинг»

Наименование тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Тема 1. Введение в интернет-маркетинг	Содержание учебного материала Современные технологии в профессиональной сфере. Бизнес-модели. Основные термины и понятия в интернет-маркетинге. Позиционирование, фирменный стиль, личный бренд, УТП	6	1
Тема 2. Маркетинговые исследования в интернет-среде	Содержание учебного материала Анализ присутствия компании в сети Интернет. Мониторинг информационного поля конкурентов. Выявление целевой аудитории и характеристик потребителей. Сегментация ЦА. Системы статистики. Яндекс.Метрика. Работа с комментариями. Работа с негативом. Анализ присутствия компании в сети Интернет. Мониторинг информационного поля конкурентов.	8	1
Тема 3. Организация маркетинговых коммуникаций в интернете	Содержание учебного материала Каналы коммуникации. Онлайн-сервисы, работа с готовыми шаблонами. Маркетинг в социальных сетях (SMM). E-mail маркетинг. Работа с готовыми шаблонами в онлайн-сервисах. Оформление постов, составление контент-плана. E-mail Маркетинг. Работа с рассылками	14	1
Тема 4. Реклама в интернете	Содержание учебного материала Контекстная реклама, Медийная реклама, Таргетированная реклама в социальных сетях. Запуск контекстно-медийной рекламы в сети Интернет, Запуск таргетированной рекламы в социальных сетях	10	1
Тема 5. Работа с сайтами	Содержание учебного материала Поисковая оптимизация. Семантическое ядро. Landing page. Структура, основные элементы Landing page. Разработка на конструкторе	8	1
Тема 6. Компетенции интернет-маркетолога	Содержание учебного материала Разработка маркетинговой стратегии. Работа в статусе самозанятого. Разработка маркетинговой стратегии	6	1
	Промежуточная аттестация в форме <i>Экзамена</i>	6	
	Итого:	58	

1 – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)

3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличие учебного кабинета Интернет-маркетинга.

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- 14 автоматизированных рабочих мест обучающихся;
- автоматизированное рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-наглядных пособий по дисциплине «Интернет-маркетинг».

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Котлер, Филип. Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому: технологии продвижения в интернете / Филип Котлер, Хермаван Картаджайа, Айвен Сетиаван ; [перевод с английского М. Хорошиловой]. – Москва : Эксмо, 2022. – (Top Business Awards).
2. Акулич М. В. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 352 с.
3. Винарский, Я. С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение : практическое пособие / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 269 с.
4. Горнштейн, М. Ю. Современный маркетинг / М. Ю. Горнштейн. – 2-е изд. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. – 404 с.
5. 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, 2020. – 301 с.
6. Кульпин, С. В. Структура и содержание интернет-маркетинга : учебное пособие для студентов вуза, обучающихся по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» / С. В. Кульпин ; под редакцией Е. В. Попова ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина; Рекомендовано методическим советом Уральского федерального университета. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2020. – 100 с.

7. Твердохлебова, М. Д. Интернет-маркетинг : Учебник / М. Д. Твердохлебова. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью «Издательство «КноРус», 2021. – 192 с.
8. Е. С. Чуркина. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учеб. пособие / О. А. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев и др. ; Новосиб. гос. ун-т, Компания «Интелсиб». – Новосибирск : РИЦ НГУ, 2015. – 327 с.
9. Гавриков, Андрей. Интернет-маркетинг. Настольная книга digital-маркетолога / Гавриков А.В., Давыдов В.В., Федоров М.В. – Москва: Издательство АСТ, 2020. – 352с. – (Бизнес-бук)

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Умения:	
Формировать цели и задачи для продвижения	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Сегментировать и описывать целевую аудиторию	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Работать с программами для отправки-получения электронной корреспонденции	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Искать информацию и необходимые для работы сервисы в современных поисковых системах	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Составлять маркетинговые стратегии	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Составлять SMM-стратегии	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Составлять контент-планы	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Составлять тексты для социальных сетей	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Составлять тексты для разных видов рассылок	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Оформлять презентации для заказчика	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.

Формировать структуру лендингов	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Создавать лендинги на конструкторах	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Проводить сравнительный анализ конкурентов по сайтам и страницам в социальных сетях	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Составлять аналитический отчет по анализу конкурентной среды	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Формировать автоматические email-рассылки с помощью сервисов	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Формировать семантическое ядро для сайта	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Разрабатывать уникальные торговые предложения	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Самостоятельно запускать таргетированную рекламу	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Самостоятельно запускать контекстную рекламу	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Самостоятельно запускать медийную рекламу	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Формировать структуру продающего письма	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Формировать темы писем с максимальным Open Rate	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Знания:	
Основные термины и понятия маркетинга	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Основные каналы маркетинговых коммуникаций в интернете	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Методы проведения исследований в интернете	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Особенности функционирования социальных медиа	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Основы копирайтинга	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Основы использования цвета	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Основы деловой коммуникации	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.

Особенности подготовки текстовых, графических фото-, видеоматериалов для размещения в социальных медиа	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Принципиальные отличия лендингов от сайтов	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Основы разработки лендингов	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Правила работы с негативом в сети Интернет	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Особенности привлечения трафика на посадочные страницы	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Рекламные механизмы показа аудитории рекламных сообщений в сети Интернет	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Особенности работы поисковых систем	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Основы SEO-продвижения	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Особенности формирования контента в социальных сетях	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Особенности работы рекламных кабинетов в социальных сетях	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Особенности работы с email-рассылками	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Особенности личного бренда	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.
Особенности работы и отчетности в качестве самозанятого	Оценка результатов выполнения практических работ. Тестирование.

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП

Сертификат 303540294533635982749676679132712847518854643065

Владелец Аскендерова Джамиля Букаровна

Действителен с 11.03.2025 по 11.03.2026