

бюджетное профессиональное образовательное учреждение Омской области
«Москаленский профессиональный техникум»

Рассмотрено
на заседании ПЦК
Протокол № _____
от « ____ » _____ 2024г

Утверждаю:
Директор БПОУ МПТ
_____ Н.В. Кудрявцев
« ____ » _____ 2024г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП. 11 «ТЕХНОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА»

Специальность 38.02.08 «Торговое дело»

р.п. Москаленки 2024г.

Рабочая программа учебной дисциплины ОП. 11 «Технология интернет-маркетинга» разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного Приказом Минпросвещения России от 19 июля 2023 г. №548 и с учетом примерной образовательной программы СПО, по специальности 38.02.08 Торговое дело, укрупнённая группа 38.00.00 Экономика и управление

Организация разработчик: бюджетное профессиональное образовательное учреждение Омской области «Москаленский профессиональный техникум»

Разработчики:
Баранова Е.В. преподаватель

СОДЕРЖАНИЕ

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	12
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ..	13

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП. 11 ТЕХНОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

1.1. Область применения программы

Учебная дисциплина «Технология интернет - маркетинга» является обязательной частью общепрофессионального цикла образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

1.2 Место предмета в структуре основной профессиональной образовательной программы: в соответствии с учебным планом, учебная дисциплина входит в состав общепрофессионального цикла

1.3.Цель и планируемые результаты

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен:

Владеть навыками	проведения технического анализа аудируемого веб-сайта; проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта; проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта; анализа поисковой выдачи; анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи; анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет"; определения стратегии поискового продвижения; проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении; анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем; определения стратегии продвижения в социальных сетях; размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; размещения медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; разработки лендинга; анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы; анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании; составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.
Уметь	выявлять технические ошибки в работе веб-сайта; документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта; формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити); выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов; выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины; использовать инструменты для проведения технического аудита; определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче; составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;

	актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет"; анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины; составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта; анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию; определять маркетинговые стратегии; составлять smm-стратегии; составлять контент-планы; создавать стратегии продвижения; сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; разрабатывать уникальные торговые предложения; разрабатывать рекламные модули; создавать стратегии продвижения; сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; обосновывать выбор целевой аудитории; создавать тексты и рекламные слоганы; создавать тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций; различать виды текстов; рассчитывать бюджет на создание лендинга; писать техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций; определять СТА для лендингов; работать с бесплатными сервисами создания лендингов; создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, работать с сервисами рассылок; составлять информационно-аналитические справки; оформлять отчетные документы.
Знать	основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов; основы веб-технологии; основы веб-дизайна; основы компьютерной грамотности; методы обработки текстовой информации; правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов; основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита; правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации; основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта; особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; особенности функционирования современных поисковых машин; правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта; внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок; особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;

	правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний; стандарты делового общения в письменной и устной форме; особенности функционирования современных поисковых машин; правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта; правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы); методы обработки текстовой и графической информации; основы копирайтинга и веб-райтинга; основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна; правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов; перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «интернет»; особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа; основы разработки и поддержки сайтов/лендингов; основы гипертекстовой разметки; стандарты верстки веб-сайтов; принципиальные отличия лендингов от сайтов; сервисы для автоматизации рассылок; методы обработки текстовой информации и графической информации.
--	--

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09

1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
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 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной нагрузки и виды учебной работы

Вид учебной работы	<i>Количество часов</i>
Объём образовательной нагрузки	84
Всего занятий	84
в том числе:	
лабораторные работы	-
практические занятия	18
Консультации	-
<i>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета (1 семестр)</i>	2

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП. 11 Технология интернет-маркетинга

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Формируемые общие и профессиональные компетенции	Уровень освоения
1	2	3	4	
Тема 1.1. Основы маркетинга	Содержание учебного материала	16/2	OK 02	1
	1. Процесс управления маркетингом, основные этапы, проблемы реализации.	2		
	2. Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке.	2		
	3. Организация службы маркетинга на предприятии.	2		
	4. Маркетинговая среда предприятия в рыночной экономике.	2		
	5. Основные факторы макро и микросреды функционирования фирмы.	2		
	6. Жизненный цикл товаров: основные стадии.	2		
	7. Продвижение товаров и услуг.	2		
	В том числе практических занятий	2		2
	Практическое занятие 1. Разработка схемы жизненного цикла товаров	2		
Тема 1.2. Определение и характеристики интернет-маркетинга	Содержание учебного материала	8/2	OK 02	1
	1. Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу	2		
	2. Основные клиенты интернет-маркетинга. Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей	2		1
	3. Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы	2		1
	В том числе практических занятий	2		
	Практическое занятие 2. SMM. Маркетинг и аналитика в социальных	2		2

	сетях.			
Тема 1.3. Инновации в маркетинге	Содержание учебного материала	8/2	<i>OK 02</i>	1
	1.Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности	2		
	2. Новые решения для рекламы: DigitalSignage, IndoorTV.	2		
	3. Информационные системы управления опытом потребителей	2		
	В том числе практических занятий	2		
	Практическое занятие 3. Разработка форм опроса для сайта произвольной компании с целью определения отношения клиентов к ее товарам (услугам) с использованием цифровых технологий и электронной почты клиента	2		
Тема 1.4 Целевая аудитория проекта в интернет- маркетинге	Содержание учебного материала	6/2	<i>OK 02</i>	1
	1. Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа.	2		
	2. Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта.	2		
	В том числе практических занятий	2		
	Практическое занятие 4. Анализ внешней и внутренней среды предприятия	2		
Тема 1.5. Анализ готовности веб- сайта к продвижению	Содержание учебного материала	6/0	<i>OK 02</i>	1
	1. Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности	2		
	2. Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов.	2		1
	3. Основы письменной деловой коммуникации использования инструментов для проведения технического аудита. Правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации.	2		1
Тема 1.6. Анализ интернет- пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-	Содержание учебного материала	10/4	<i>OK 02</i>	1
	Организация правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний, стандартов делового общения в письменной и устной форме, особенностей функционирования современных поисковых машин.	2		
	Правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы).	2		

телекоммуникационной сети «Интернет»	Методы обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и веб-райтинга.	2		
	В том числе практических занятий:	4		
	Практическое занятие 5. Создание информационных материалов методического характера	2		2
	Практическое занятие 6. Анализ конкурентов. Анализ результатов поиска не менее 5 аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, и составление аналитической справки, в которой проведен анализ проектов (конкурентов) не менее чем по 5 критериям.	2		
Тема 1.7. Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет»	Содержание учебного материала	6/2	OK 02	1
	1. Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения. Концепция продвижения, цели и задачи продвижения.	2		
	Понятие и значение контент-плана в интернет-маркетинге. Виды контент-планов. Содержание контент-планов.	2		
	В том числе практических занятий:	2		2
	Практическое занятие 7. Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия и производственного предприятия.	2		
Тема 1.8 Организация и проведение рекламных кампаний в социальных медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество	Содержание учебного материала	6/2	OK 02	1,2
	1. Изучение перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет»	2		
	2. Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа. Характеристика социальных медиа	2		
	В том числе практических занятий	2		
	Практическое занятие 8. Разработка рекламных модулей. Создание рекламных текстов и слоганов и продвижения товаров.	2		
Тема 1.9. Создание лендинга	Содержание учебного материала	6/2	OK 02	1
	1. Понятие «landingpage», классификация, этапы проектирования, структура.	2		
	2. Конструкторы для создания «landingpage».	2		
	В том числе практических занятий	2		2

	Практическое занятие 8. Разработка лендинга для коммерческого предприятия и производственного предприятия.	2		
Тема 1.10. Анализ эффективности в интернет-маркетинге	Содержание учебного материала	10/0	<i>OK 02</i>	1
	Концепции эффективности в интернет-маркетинге.	2		
	Методы измерения в интернете.	2		
	Методы идентификации посетителей.	2		
	Измерение эффективности интернет-маркетинга.	2		
	Анализ рекламной компании по стоимости клиентов и конверсии.	2		
	Дифференцированный зачет	2		
	ВСЕГО:	84		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРЕДМЕТА

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя

Технические средства обучения:

- ноутбук;
- мультимедийный проектор и экран.

3.2. Информационное обеспечение обучения

1. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491722>

2. PR в сфере коммерции: учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. И. М. Синяевой. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 298 с. — (Среднее профессиональное образование). — ISBN 978-5-9558-0614-3. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1018359> (дата обращения: 18.06.2022). — Режим доступа: по подписке.

3.2.2. Дополнительные источники

1. Ашманов, И. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах / И. Ашманов. СПб.: Питер, 2021.

2. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе / Л. П. Гаврилов. — М. : Юрайт, 2021.

3. Гаврилов, Л. П. Основы электронной коммерции и бизнеса / Л. П. Гаврилов. — М. : Юрайт, 2021.

4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	– распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; – выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; – выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; – составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; – демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; – реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	Устный/письменный опрос. Тестирование. Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном. Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий. Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.
ОК 02	– определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска; – структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска; – оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике. Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.
ОК 04	– демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды; – в ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ	Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.
ОК 05	– грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами, – демонстрирует толерантность в рабочем коллективе	Экспертная оценка создания и представления презентаций. Экспертная оценка

ОК 08	– применяет рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности; – пользуется средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной профессии (специальности)	соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.
ОК 09	– понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы; – участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; – строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; – кратко обосновывает и объясняет свои действия; – пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.	Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике. Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе. Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: – на практических занятиях – при выполнении работ на различных этапах учебной практики; – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.