

Приложение

К ООП по специальности/профессии

42.02.01 Реклама

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПЦ.В.09 Введение в интернет-маркетинг

2025

Программу составили:

1. Абидова Саратина Айтековна

Дисциплина: ОПЦ.В.09 Введение в интернет-маркетинг

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, 42.02.01 Реклама (ITHub) утверждённым приказом Минобрнауки России от 21.07.2023 г. №552.

Рабочая программа учебной дисциплины составлена на основании учебного плана по специальности «42.02.01 Реклама»

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рассмотрено и рекомендовано на заседании кафедры Экономики и туризма

Протокол №8 от 20.05.2025

Заведующий кафедрой Абидова Саратина Айтековна

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПЦ.В.09 Введение в интернет-маркетинг

(наименование дисциплины)

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Учебная дисциплина ОПЦ.В.09 Введение в интернет-маркетинг является обязательной частью обязательной частью цикла основной образовательной программы в соответствии ФГОС «42.02.01 Реклама, 42.02.01 Реклама (ITHub)» по специальности . Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии общих компетенций (ОК), профессиональных компетенций (ПК):

1. ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
2. ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
3. ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.
4. ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
5. ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.
6. ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ОК, ПК	Умения	Знания
ОК 01., ОК 02., ПК 4.3., ПК 3.2., ПК 2.2., ПК 1.4.	<p>уметь создавать оригинальные и стильные логотипы; составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;</p> <p>создавать оригинальные, современные по стилю сайты; использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; доводить информацию заказчика до ЦА;</p> <p>использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет</p>	<p>знать порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств;</p> <p>знать важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет;</p> <p>знать виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов;</p> <p>знать возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг;</p> <p>знать возможные траектории профессионального развития и самообразования;</p> <p>знать методы работы в профессиональной и смежных сферах;</p> <p>знать основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;</p> <p>знать актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить</p>

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объём учебной дисциплины и виды учебной дисциплины

Вид учебной работы	Объём в часах
Лекционные занятия	14
Практические занятия	14
Самостоятельная работа под руководством преподавателя	6
Общий объём образовательной программы учебной дисциплины, в том числе в форме практической подготовки	34
Форма(-ы) контроля: Экзамен	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОПЦ.В.09 Введение в интернет-маркетинг

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Тема 1 Интернет-маркетинг в современных условиях	Содержание учебного материала			ОК 02., ОК 01., ПК 2.2., ПК 3.2., ПК 4.3., ПК 1.4.
	1 Лекционные занятия №1 Интернет-маркетинг в современных условиях	2	1	
	2 Практические занятия №1 Online-индустрия: основные направления и бизнес-модели электронного бизнеса и коммерции. Рекламная кампания в сети Интернет	2	2	
Тема 2 Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет	Содержание учебного материала			ОК 02., ПК 4.3., ОК 01., ПК 2.2., ПК 3.2., ПК 1.4.
	1 Лекционные занятия №2 Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет	2	1	
	2 Практические занятия №2 Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет	2	2	
Тема 3 Контекстная реклама	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 02., ПК 2.2., ПК 3.2., ПК 4.3., ПК 1.4.
	1 Лекционные занятия №3 Выбор инструментов продвижения в социальных сетях. Виды интернет-маркетинга и online-реклама. Организация маркетинговых исследований в сети Интернет.	2	1	
	2 Практические занятия №3 Выбор инструментов продвижения в социальных сетях. Виды интернет-маркетинга и online-реклама. Взаимодействие с индивидуальными потребителями в сети Интернет.	2	2	
	3 Практические занятия №4 Регистрация в поисковых сетях. Бесплатная доска объявлений. Система распределения товаров в сети Интернет. Создание и настройка объявлений в Яндекс Директ, GoogleAdwords	2	2	
Тема 4 Поисковое продвижение сайта (SEO)	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 02., ПК 3.2., ПК 4.3., ПК 2.2., ПК 1.4.
	1 Лекционные занятия №4 Использование поисковых систем в электронной коммерции и продвижении сайтов	2	1	
	2 Практические занятия №5 Разработка и создание макета сайта предприятия	2	2	
	3 Самостоятельная работа под руководством преподавателя Анализ спроса в сети Интернет. Web аналитика. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика.	2	2	
Тема 5 Социальные сети. Порталы и блоги	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 02., ПК 3.2., ПК 4.3., ПК 2.2., ПК 1.4.
	1 Лекционные занятия №5 Основные принципы работы с аудиторией сайта.	2	1	
	2 Практические занятия №6 Электронные платёжные системы как инструмент сетевого маркетинга.	2	2	
	3 Самостоятельная работа под руководством преподавателя Партнёрские программы. Использование web-страниц в качестве аффилиативной программы.	2	2	
Тема 6 Стратегия, планирование в Интернет маркетинге	Содержание учебного материала			ПК 4.3., ОК 01., ПК 3.2., ПК 1.4., ОК 02., ПК 2.2.
	1 Лекционные занятия №6 Организация коммуникативной политики в сети Интернет.	2	1	
	2 Самостоятельная работа под руководством преподавателя Основные принципы генерации входящего трафика веб-сайта - таргетинг, коммуникейшн-микс, тайминг.	2	2	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Тема 7	Содержание учебного материала			ПК 4.3., ОК 02., ПК 3.2., ОК 01., ПК 2.2., ПК 1.4.
Оценка эффективности мероприятий Интернет маркетинга	1 Лекционные занятия №7 Составление аналитического отчета мероприятий Интернет маркетинга.	2	1	
	2 Практические занятия №7 Разработка плана Интернет-маркетинга предприятия	2	2	
Всего		34		

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1 - ознакомительный (ознакомление с ранее изученными объектами, свойствами);

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

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

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие помещения:

Кабинет менеджмента и предпринимательства,
Кабинет основ маркетинга,
Кабинет экономики и управления в здравоохранении:

1. Стулья (20 шт.)
2. Стол (2 шт.)
3. Доска поворотная (1 шт.)

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1. Основные печатные издания

1. Старков, А. Н. Интернет-маркетинг и реклама : учебное пособие / А. Н. Старков, Е. В. Сторожева. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2023. - 64 с. - ISBN 978-5-9765-3698-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2091329>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Винарский, Я. С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение : практическое пособие / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 269 с. + Доп. материалы[Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014219-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1891781>

3.2.3. Интернет-ресурсы

1. СПС <http://www.consultant.ru>
2. ЭБС <https://znanium.com>
3. ЭБС <https://book.ru/>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Образовательные результаты освоения образовательной программы учебной дисциплины, подлежащие проверке

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Умение		
уметь создавать оригинальные и стильные логотипы; составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; создавать оригинальные, современные по стилю сайты; использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; доводить информацию заказчика до ЦА; использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет	умеет создавать оригинальные и стильные логотипы; составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; создавать оригинальные, современные по стилю сайты; использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; доводить информацию заказчика до ЦА; использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет	Оценка выполнения практических заданий Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
Знание		
знать порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств	знает порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад
знать важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет	знает важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад
знать виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов	знает виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад
знать возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг	знает возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад
знать возможные траектории профессионального развития и самообразования	знает возможные траектории профессионального развития и самообразования	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад
знать методы работы в профессиональной и смежных сферах	знает методы работы в профессиональной и смежных сферах	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад
знать основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте	знает основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад
знать актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить	знает актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад

4.2. Матрица соответствия контрольно-оценочных средств образовательным результатам учебной дисциплины

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
Умение		
уметь создавать оригинальные и стильные логотипы; составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; создавать оригинальные, современные по стилю сайты; использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; доводить информацию заказчика до ЦА; использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет	ОК 01., ОК 02., ПК 1.4., ПК 2.2., ПК 3.2., ПК 4.3.	Задания к практическим занятиям №1-7
Знание		
знать порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств	ОК 01., ОК 02., ПК 1.4., ПК 2.2., ПК 3.2., ПК 4.3.	Вопросы на экзамен №21,24,26,27,28,30,32,34,37,39
знать важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет	ОК 01., ОК 02., ПК 1.4., ПК 2.2., ПК 3.2., ПК 4.3.	Вопросы на экзамен №42,44,46,47-50
знать виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов	ОК 01., ОК 02., ПК 1.4., ПК 2.2., ПК 3.2., ПК 4.3.	Вопросы на экзамен №№24-29,33,37
знать возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг	ОК 01., ОК 02., ПК 1.4., ПК 2.2., ПК 3.2., ПК 4.3.	Вопросы на экзамен №11-17
знать возможные траектории профессионального развития и самообразования	ОК 01., ОК 02., ПК 1.4., ПК 2.2., ПК 3.2., ПК 4.3.	Вопросы на экзамен №31,33,37,38,41,43,46,48
знать методы работы в профессиональной и смежных сферах	ОК 01., ОК 02., ПК 1.4., ПК 2.2., ПК 3.2., ПК 4.3.	Вопросы на экзамен №3,15,17,20,21,26,28
знать основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте	ОК 01., ОК 02., ПК 1.4., ПК 2.2., ПК 3.2., ПК 4.3.	Вопросы на экзамен №4,6,10,11,14,18,21
знать актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить	ОК 01., ОК 02., ПК 1.4., ПК 2.2., ПК 3.2., ПК 4.3.	Вопросы на экзамен №1-3.5,7,9

Вопросы к практическому занятию указаны в методических указаниях к практическим занятиям по дисциплине Введение в интернет-маркетинг для обучающихся специальности "Реклама". Ставрополь, 2025 Вопросы к практической подготовке указаны в методических указаниях к практической подготовке по дисциплине Введение в интернет-маркетинг для обучающихся специальности "Реклама". Ставрополь, 2025