

Приложение

К ООП по специальности/профессии

42.02.01 Реклама

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПЦ.В.15 Email-маркетинг

2025

Программу составили:

1. Мохова Елена Александровна

Дисциплина: ОПЦ.В.15 Email-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.15 Email-маркетинг

(наименование дисциплины)

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Учебная дисциплина ОПЦ.В.15 Email-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 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.
4. ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.
5. ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

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 3.1., ПК 4.3., ПК 3.2.	<p>ориентироваться в анализе эффективности и её повышение;</p> <p>ориентироваться в автоматизации email-маркетинга;</p> <p>ориентироваться в создании и доставке писем;</p> <p>ориентироваться в работа с базой подписчиков;</p> <p>следовать что такое email-маркетинг</p>	<p>статистика по рассылке; статистика по базе; KPI email-маркетолога; ROMI массовой рассылки, автоворонки и триггерной рассылки; сплит-тестирование email-рассылок; другие способы повышения эффективности рассылок;</p> <p>RFM-анализ; Welcome-серия; триггерные письма на активацию; триггерные письма на удержание; реактивация клиентов и подписчиков; реанимация базы;</p> <p>СПАМ и почтовая репутация; требования почтовых провайдеров;</p> <p>основные элементы email-рассылки; тема и преheader; создание мастер-шаблона; о чём писать в рассылках? контент-план: когда и как часто проводить рассылки?;</p> <p>Кто такой подписчик? Сегментация базы; офлайн источники сбора базы подписчиков; онлайн источники сбора базы подписчиков; Лид-магниты;</p> <p>понятие и возможности email-маркетинга; цели и задачи, которые ставят перед email-маркетингом; как организовать работу с рассылками в компании?</p>

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной дисциплины

Вид учебной работы	Объем в часах
Лекционные занятия	24
Самостоятельная работа под руководством преподавателя	6
Практическая подготовка	24
Общий объем образовательной программы учебной дисциплины, в том числе в форме практической подготовки	54
Форма(-ы) контроля: Дифференцированный зачет	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОПЦ.В.15 Email-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 Что такое email-маркетинг.	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 02., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 4.3.	
	1	Лекционные занятия №1 Что такое email-маркетинг.	2		1
	2	Практическая подготовка №1 Что такое email-маркетинг.	2		2
Тема 2 Работа с базой подписчиков	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 02., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 4.3.	
	1	Лекционные занятия №2 Работа с базой подписчиков	2		1
	2	Лекционные занятия №3 Работа с базой подписчиков	2		1
	3	Практическая подготовка №2 Работа с базой подписчиков	2		2
	4	Практическая подготовка №3 Работа с базой подписчиков	2		2
	5	Самостоятельная работа под руководством преподавателя Работа с базой подписчиков	2		2
Тема 3 Создание писем	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 02., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 4.3.	
	1	Лекционные занятия №4 Создание писем	2		1
	2	Лекционные занятия №5 Создание писем	2		1
	3	Практическая подготовка №4 Создание писем	2		2
	4	Практическая подготовка №5 Создание писем	2		2
	5	Самостоятельная работа под руководством преподавателя Создание писем	2		2
Тема 4 Доставляемость	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 02., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 4.3.	
	1	Лекционные занятия №6 Доставляемость	2		1
	2	Лекционные занятия №7 Доставляемость	2		1
	3	Практическая подготовка №6 Доставляемость	2		2
	4	Практическая подготовка №7 Доставляемость	2		2
Тема 5 Автоматизация email-маркетинга	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 02., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 4.3.	
	1	Лекционные занятия №8 Автоматизация email-маркетинга	2		1
	2	Лекционные занятия №9 Автоматизация email-маркетинга	2		1
	3	Практическая подготовка №8 Автоматизация email-маркетинга	2		2
	4	Практическая подготовка №9 Автоматизация email-маркетинга	2		2
	5	Самостоятельная работа под руководством преподавателя Автоматизация email-маркетинга	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 6 Анализ эффективности и её повышение	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 02., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 4.3.	
	1	Лекционные занятия №10 Анализ эффективности и её повышение	2		1
	2	Лекционные занятия №11 Анализ эффективности и её повышение	2		1
	3	Лекционные занятия №12 Анализ эффективности и её повышение	2		1
	4	Практическая подготовка №10 Анализ эффективности и её повышение	2		2
	5	Практическая подготовка №11 Анализ эффективности и её повышение	2		2
	6	Практическая подготовка №12 Анализ эффективности и её повышение	2		2
Всего		54			

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. 1. Евдокимов, О. Г. Интернет-маркетинг : методические рекомендации / О. Г. Евдокимов, П. А. Булахова. — Москва : РУТ (МИИТ), 2024. — 17 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/459653>
2. 2. Третьяк, Н. А. Маркетинг : учебное пособие / Н. А. Третьяк. — Уссурийск : Приморский ГАТУ, 2024. — 172 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/459902>
3. 3. Цифровой маркетинг : учебник / Д. Р. Амирова, Е. В. Духанина, А. Б. Зубков [и др.]. — Москва : МУИВ, 2024. — 141 с. — ISBN 978-5-9580-0716-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/443030>

3.2.2. Дополнительные источники

1. 1. Дегтярева, Я. В. Основы маркетинга : учебное пособие / Я. В. Дегтярева, Л. В. Крылова. — Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2024. — 155 с. — ISBN 978-5-00202-727-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/481790>
2. 2. Костромина, Е. А. Маркетинг услуг : учебное пособие / Е. А. Костромина, И. А. Имшинецкая. — Москва : МУИВ, 2023. — 127 с. — ISBN 978-5-9580-0672-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная

система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/433724>

3.2.3. Интернет-ресурсы

1. 1. Электронно-библиотечная система Лань.com
2. 2. Электронно-библиотечная система Znanium
3. 3. Электронно-библиотечная система 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		
ориентироваться в анализе эффективности и её повышение	уметь ориентироваться в анализе эффективности и её повышение	решение задач, решение ситуационных задач
ориентироваться в автоматизации email-маркетинга	уметь ориентироваться в автоматизации email-маркетинга	решение задач, решение ситуационных задач
ориентироваться в создании и доставке писем	уметь ориентироваться в создании и доставке писем	решение задач, решение ситуационных задач
ориентироваться в работа с базой подписчиков	уметь ориентироваться в работа с базой подписчиков	решение задач, решение ситуационных задач
следовать что такое email-маркетинг	уметь следовать что такое email-маркетинг	решение задач, решение ситуационных задач
Знание		
статистика по рассылке; статистика по базе; KPI email-маркетолога; ROMI массовой рассылки, автоворонки и триггерной рассылки; сплит-тестирование email-рассылок; другие способы повышения эффективности рассылок	демонстрирует знание о статистике по рассылке; статистике по базе; KPI email-маркетолога; ROMI массовой рассылки, автоворонки и триггерной рассылки; сплит-тестировании email-рассылок; другие способы повышения эффективности рассылок	Устный и письменный опрос. Тестирование
RFM-анализ; Welcome-серия; триггерные письма на активацию; триггерные письма на удержание; реактивация клиентов и подписчиков; реанимация базы	знает RFM-анализ; Welcome-серия; триггерные письма на активацию; триггерные письма на удержание; реактивация клиентов и подписчиков; реанимация базы	Устный и письменный опрос. Тестирование
СПАМ и почтовая репутация; требования почтовых провайдеров	демонстрирует знание о СПАМе и почтовой репутации; требования почтовых провайдеров	Устный и письменный опрос. Тестирование
основные элементы email-рассылки; тема и прехедер; создание мастер-шаблона; о чём писать в рассылках? контент-план: когда и как часто проводить рассылки?	демонстрирует знание об основных элементах email-рассылки; темах и прехедере; создании мастер-шаблона; о чём писать в рассылках? контент-плане: когда и как часто проводить рассылки?	Устный и письменный опрос. Тестирование
Кто такой подписчик? Сегментация базы; офлайн источники сбора базы подписчиков; онлайн источники сбора базы подписчиков; Лид-магниты	знает кто такой подписчик? Сегментация базы; офлайн источники сбора базы подписчиков; онлайн источники сбора базы подписчиков; Лид-магниты	Устный и письменный опрос. Тестирование
понятие и возможности email-маркетинга; цели и задачи, которые ставят перед email-маркетингом; как организовать работу с рассылками в компании?	знает понятие и возможности email-маркетинга; цели и задачи, которые ставят перед email-маркетингом; как организовать работу с рассылками в компании?	Устный и письменный опрос. Тестирование

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

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
Умение		
ориентироваться в анализе эффективности и её повышение	ОК 01., ОК 02., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 4.3.	Задания к практической подготовке №10-12
ориентироваться в автоматизации email-маркетинга	ОК 01., ОК 02., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 4.3.	Вопросы к самостоятельной работе №3; Задания к практической подготовке №8-9

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
ориентироваться в создании и доставке писем	ОК 01., ОК 02., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 4.3.	Вопросы к самостоятельной работе №2; Задания к практической подготовке №4-7
ориентироваться в работа с базой подписчиков	ОК 01., ОК 02., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 4.3.	Задания к практической подготовке №2-3
следовать что такое email-маркетинг	ОК 01., ОК 02., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 4.3.	Вопросы к самостоятельной работе №1; Задания к практической подготовке №1
Знание		
статистика по рассылке; статистика по базе; KPI email-маркетолога; ROMI массовой рассылки, автоворонки и триггерной рассылки; сплит-тестирование email-рассылок; другие способы повышения эффективности рассылок	ОК 01., ОК 02., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 4.3.	Вопросы к дифференцированному зачёту №21-26
RFM-анализ; Welcome-серия; триггерные письма на активацию; триггерные письма на удержание; реактивация клиентов и подписчиков; реанимация базы	ОК 01., ОК 02., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 4.3.	Вопросы к дифференцированному зачёту №15-20
СПАМ и почтовая репутация; требования почтовых провайдеров	ОК 01., ОК 02., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 4.3.	Вопросы к дифференцированному зачёту №13-14
основные элементы email-рассылки; тема и преheader; создание мастер-шаблона; о чём писать в рассылках? контент-план: когда и как часто проводить рассылки?	ОК 01., ОК 02., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 4.3.	Вопросы к дифференцированному зачёту №8-12
Кто такой подписчик? Сегментация базы; офлайн источники сбора базы подписчиков; онлайн источники сбора базы подписчиков; Лид-магниты	ОК 01., ОК 02., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 4.3.	Вопросы к дифференцированному зачёту №4-7
понятие и возможности email-маркетинга; цели и задачи, которые ставят перед email-маркетингом; как организовать работу с рассылками в компании?	ОК 01., ОК 02., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 4.3.	Вопросы к дифференцированному зачёту №

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