

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ  
«ТЮМЕНСКИЙ ТЕХНИКУМ ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ, КОММЕРЦИИ И СЕРВИСА»  
МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ ЦЕНТР КОМПЕТЕНЦИЙ В ОБЛАСТИ ИСКУССТВА,  
ДИЗАЙНА И СФЕРЫ УСЛУГ

Приложение

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОП.08 Интернет-маркетинг**

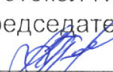
по специальности 38.02.08 Торговое дело

Тюмень 2024

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с реализацией индивидуальной образовательной траектории обучающихся.

Разработчик: И. Ю. Осипян, преподаватель первой квалификационной категории.

Рассмотрено и одобрено  
на заседании ПЦК ЭУиК  
Протокол № 1 от 29 августа 2024 г.  
Председатель ПЦК

 Л. А. Перцева  
(подпись)

## **СОДЕРЖАНИЕ**

1.ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа элективного курса ОП.08 Интернет – маркетинг является вариативной частью основной профессиональной образовательной программы в рамках индивидуализации профессионального образования

### 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Умения	Знания
<i>У-1 - использовать информационные технологии управления контентом предприятия и Интернет-ресурсов; У-2 - создавать и использовать информационные сервисы (контент-сервисов); У-3 - формировать потребительскую аудиторию и взаимодействовать с потребителями посредством информационных технологий; У-4 - организовывать продажи в сети Интернет</i>	<i>З-1 - принципы и современные информационные технологии управления контентом предприятия и Интернет-ресурсов; З-2 - методы создания информационных сервисов (контент-сервисов); З-3 - облачные сервисы для комплексного управления контентом предприятия; З-4 - основные принципы успешного позиционирования электронного предприятия на глобальном рынке; З-5 - принципы формирования потребительской аудитории; З-6 - принципы организации продаж в сети "Интернет"</i>

## **2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Объем образовательной программы</b>	<b>36</b>
<b>Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем</b>	<b>36</b>
<b>в том числе:</b>	
теоретическое обучение	10
лабораторные занятия	-
практические занятия	26
курсовая работа (проект)	-
Самостоятельная работа	-
<b>Промежуточная аттестация в форме зачета</b>	

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Коды знаний и умений, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Тема 1. Интернет-бизнес как система	<b>Содержание учебного материала</b> Интернет бизнес и интернет-маркетинг: медийная реклама, контекстная реклама, поисковый маркетинг в целом и SEO в частности, продвижение в социальных сетях: SMO и SMM, прямой маркетинг с использованием email, RSS и т. п., вирусный маркетинг, интернет-брендинг, email-маркетинг, контент-маркетинг, Programmatic (RTB), UXD	2	3-1 – 3-4 У-1 – У-6
	<b>Практическое занятие №1</b> Составление кластера «Направления интернет-маркетинга»	2	
Тема 2 Модели и продукция для интернет-бизнеса	<b>Содержание учебного материала</b> Бизнес-модели для сети Интернет. Инновационные способы продвижения продукции в интернете и факторы, влияющие на эффективность продвижения	2	3-1 – 3-4 У-1 – У-6
	<b>Практическое занятие № 2</b> Разработка бизнес-модели с элементами цифровых технологий	2	
Тема 3 Организация процессов в интернет-маркетинге	<b>Содержание учебного материала</b> Структура подразделения интернет-маркетинга в организации. Типы площадок для привлечения трафика в сети Интернет. Каналы интернет-маркетинга. Принципы работы поисковых и социальных систем. Механизмы показа аудитории рекламных сообщений.	2	3-1 – 3-4 У-1 – У-6
	<b>Практическое занятие № 3</b> Распределение бюджета на продвижение в интернете между различными каналами продвижения	2	
Тема 4 Цифровые инструменты анализа конкурентной среды	<b>Содержание учебного материала</b> Понятие конкурентной среды. Анализ конкурентной среды. Аналитический отчет по анализу конкурентов.	2	3-1 – 3-4 У-1 – У-6
	<b>Практическое занятие №4</b> Проводить сравнительный анализ конкурентов по сайтам и страницам в социальных сетях	2	
	<b>Практическое занятие №5</b> Составление аналитического отчета по анализу конкурентной среды	2	
Тема 5 Организация работы по	<b>Практическое занятие №6</b> Создание и работа со счетчиками основных систем веб-аналитики	2	3-1 – 3-4

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Коды знаний и умений, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
привлечению трафика на площадки и конверсия его в целевые действия	<b>Практическое занятие №7</b> Работа с трафиком и конверсией с помощью основных систем веб-аналитики	2	У-1 – У-6
	<b>Практическое занятие №8</b> Подготовка аналитического отчёта за любой период по веб-аналитике сайта	2	
	<b>Практическое задание №9</b> Экспресс-анализ видимости сайта для поисковых систем и поисковой оптимизации	2	
Тема 6 Организация работ по разработке рекламных модулей, e-mail-рассылок, лендингов	<b>Практическое занятие №10</b> Сегментация и выбор целевой аудитории для разных задач и продуктов	2	3-1 – 3-4 У-1 – У-6
	<b>Практическое занятие №11</b> Создание и работа с лендингом	2	3-1 – 3-4 У-1 – У-6
Тема 7 Уникальное торговое предложение	<b>Содержание учебного материала</b>	2	3-1 – 3-4 У-1 – У-6
	Понятие и принципы создания УТП. Работа с УТП.		
	<b>Практическое занятие № 12</b> Создание УТП для определенных задач	2	
Тема 8 Контекстно-медийная реклама	<b>Практическое занятие №13</b> Решение ситуационных задач	2	
<b>Форма промежуточной аттестации - зачет</b>			
<b>Всего</b>		<b>36</b>	

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

Реализация программы учебной дисциплины предполагает наличие лаборатории информационно-коммуникационных технологий, кабинет гуманитарных и социальных дисциплин.

Оборудование учебного кабинета:

посадочные места по количеству обучающихся;

рабочее место преподавателя.

Технические средства обучения:

- компьютеры с лицензионным программным обеспечением по количеству обучающихся, компьютер преподавателя, принтер и мультимедиапроектор.

#### **3.1. Информационное обеспечение обучения**

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации имеет печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе.

##### **Основные источники:**

1. Информационный технологии в менеджменте (управлении) [Электронный ресурс] : учебник и практикум для СПО / под ред. Ю. Д. Романовой. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2021. - 411 с. - (Профессиональное образование). - URL : [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)

2. Морошкин, В. А. Бизнес-планирование [Электронный ресурс] : учеб. пособ. / В. А. Морошкин, В. П. Буров. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2018. - 288 с. - (СПО). - Режим доступа: <http://znanium.com>

3. Чеберко, Е. Ф. Предпринимательская деятельность [Электронный ресурс]: учебник и практикум для СПО / Е. Ф. Чеберко. - Москва : Юрайт, 2020. - 219 с. - (Серия: Профессиональное образование). Режим доступа: [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)

##### **Дополнительные источники:**

1. Барышев, А. Ф. Маркетинг [Электронный ресурс]: учеб. для СПО / А. Ф. Барышев. - 14-е изд., стер. - Москва : Академия, 2018. - 224 с. Режим доступа: <http://www.academia-moscow.ru>

2. Горленко, О. А. Управление персоналом [Электронный ресурс]: учебник для СПО / О. А. Горленко, Д. В. Ерохин, Т. П. Можаяева. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2019. - 249 с. - (Серия: Профессиональное образование). - Режим доступа: [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)

3. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для СПО / под общ. ред. Н. И. Астаховой, Г. И. Москвитина. - Москва : Юрайт, 2019. - 422 с. - (Серия: Профессиональное образование). - Режим доступа: [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)

4. Михеева, Е. В. Информационные технологии в профессиональной деятельности [Электронный ресурс]: учеб. для СПО / Е. В. Михеева. - 4-е изд., стер. - Москва : Академия, 2020. - 416 с. - Режим доступа: <http://www.academia-moscow.ru>

5. Налоги и налогообложение [Электронный ресурс] : учебник и практикум для СПО / под ред. Г. Б. Поляка, Е. Е. Смирновой. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2020. - 385 с. - (Серия: Профессиональное образование). - Режим доступа: [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)

6. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебник для СПО / Д. В. Тюрин. - Москва : Юрайт, 2019. - 342 с. (Серия: Профессиональное образование). - Режим доступа: [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)

7. Шадрина, Г. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности



[Электронный ресурс]: учебник и практикум для СПО / Г. В. Шадрина. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2019. - 431 с. (Серия: Профессиональное образование). - Режим доступа: [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)

#### **Internet-ресурсы:**

- 1 Консалтинг для малого бизнеса [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.bistrast.ru>
- 2 Правовые системы Гарант, Кодекс, Консультант+
- 3 Предложение о предоставлении субсидии субъектам малого и среднего предпринимательства: <http://tmb72.ru/content/municipalnaja-finansovaja-podderzhka/predlozhenija/>
- 4 Муниципальная финансовая поддержка: <http://tmb72.ru/content/finansovaja-podderzhka/municipalnaja-finansovaja-podderzhka/>
- 5 Государственная финансовая поддержка: <http://www.tyumen-region.ru/support/>
- 6 Микрозаймы <https://www.iato.ru/podderzhka-biznesa/finansovaya/zaemy/mikrozaymy/>
- 7 Инвестиционные займы: <https://www.iato.ru/podderzhka-biznesa/finansovaya/zaemy/investitsionnye-zaemy/>
- 8 Гарантийный фонд: <https://www.iato.ru/podderzhka-biznesa/finansovaya/garantiyny-fond/>
- 9 Центр поддержки предпринимательства: <https://iato.ru/podderzhka-biznesa/informatsionnaya/tsentr-podderzhki-predprinimatelstva/#meropriyatiya-i-konsultatsii-cpp>
- 10 konsultatsii-cpp

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Результаты обучения	Критерии оценки	Формы и методы оценки
<p>Знания:</p> <p>З-1 - принципы и современные информационные технологии управления контентом предприятия и Интернет-ресурсов;</p> <p>З-2 - методы создания информационных сервисов (контент-сервисов);</p> <p>З-3 - облачные сервисы для комплексного управления контентом предприятия;</p> <p>З-4 - основные принципы успешного позиционирования электронного предприятия на глобальном рынке;</p> <p>З-5 - принципы формирования потребительской аудитории;</p> <p>З-6 - принципы организации продаж в сети "Интернет"</p>	<p>-называет принципы и современные информационные технологии управления контентом предприятия и Интернет-ресурсов;</p> <p>- перечисляет методы создания информационных сервисов (контент-сервисов);</p> <p>- характеризует облачные сервисы для комплексного управления контентом предприятия;</p> <p>- перечисляет основные принципы успешного позиционирования электронного предприятия на глобальном рынке;</p> <p>- раскрывает принципы формирования потребительской аудитории;</p> <p>- раскрывает принципы организации продаж в сети "Интернет"</p>	<p><b>Текущий контроль:</b> Оценка результатов ответов, собеседования. Оценка выполнения тестового задания.</p> <p><b>Промежуточная аттестация:</b> Оценка выполнения задания на зачете.</p>
<p>Умения:</p> <p>У-1 - использовать информационные технологии управления контентом предприятия и Интернет-ресурсов;</p> <p>У-2 - создавать и использовать информационные сервисы (контент-сервисов);</p> <p>У-3 - формировать потребительскую аудиторию и взаимодействовать с потребителями посредством информационных технологий;</p> <p>У-4 - организовывать продажи в сети Интернет</p>	<p>- использует информационные технологии управления контентом предприятия и Интернет-ресурсов;</p> <p>- создает и использовать информационные сервисы (контент-сервисов);</p> <p>- формирует потребительскую аудиторию и взаимодействовать с потребителями посредством информационных технологий;</p> <p>- организует продажи в сети Интернет</p>	<p><b>Текущий контроль:</b> Оценка результатов ответов, собеседования. Оценка выполнения тестового задания.</p> <p><b>Промежуточная аттестация:</b> Оценка выполнения задания на зачете.</p>