

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ
«ТЮМЕНСКИЙ ТЕХНИКУМ ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ, КОММЕРЦИИ И СЕРВИСА»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

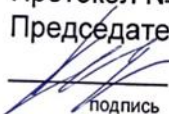
ОП. 12 ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОЕКТОВ

по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

Тюмень 2026

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.12 Интернет-продвижение проектов в соответствии с учебными планами по специальностям: 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

Разработчик: М.В. Карпова, преподаватель первой квалификационной категории

Одобрено
на заседании ПЦК ЭУиК
Протокол № 10 от 21.05.2026г.
Председатель ПЦК
 И.В. Нагорнова
подпись

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА 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	9

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения рабочей программы:

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.12 Интернет – продвижение проектов является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

1.2. Цель и планируемые результаты освоения учебной дисциплины:

Умения	Знания
<p><i>У-1 оцифровывать текстовую и графическую информацию;</i></p> <p><i>У-2 составлять контекстно-медийный план продвижения проекта, разрабатывать стратегию проведения медийной и контекстно-медийной кампании, размещать контекстно-медийную информацию в системах интернет;</i></p> <p><i>У-3 осуществлять подбор площадок в информационно-телекоммуникационной сети Интернет для продвижения проекта;</i></p> <p><i>У-4 управлять коммуникациями в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;</i></p> <p><i>У-5 контролировать реализацию стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети Интернет и составить отчет по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети Интернет</i></p>	<p><i>З-1 виды поисковых запросов пользователей в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, программные средства и платформы;</i></p> <p><i>З-2 основы гипертекстовой разметки, правила формирования основных тегов (заголовок страницы, ключевые слова страницы, описание страницы);</i></p> <p><i>З-3 методы обработки текстовой и графической информации;</i></p> <p><i>З-4 основы контекстно-медийного продвижения проектов в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;</i></p> <p><i>З-5 основы коммуникаций в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;</i></p> <p><i>З-6 основы компьютерной грамотности;</i></p> <p><i>З-7 правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов</i></p>

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы	36
Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем	36
в том числе:	
теоретическое обучение	10
лабораторные занятия	-
практические занятия	26
курсовая работа (проект)	-
самостоятельная работа (индивидуальный проект)	-
Промежуточная аттестация проводится в форме: зачет	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов	
1	2	3	
Интернет - продвижение проектов		36	
Тема 1. Проведение подготовительных работ для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	Содержание учебного материала	2	
	1. Основные термины и определения, используемые в веб-аналитике		
	2. Работа поисковых систем		
	3. Список ключевых слов		
	Практические занятия:	4	
1. Практическое занятие № 1. Составление чек-листа «Работа с поисковыми системами»	4		
Тема 2. Разработка стратегии продвижения проекта в сети Интернет	Содержание учебного материала	4	
	1. Понятие стратегии и ее составных элементов		
	2. Концепция продвижения		
	3. Формулирование целей и задач. Декомпозиция целей		
	4. SMART – технология постановки целей		
	Практические занятия:	8	
	1. Практические занятия № 2. Формулирование стратегии продвижения	4	
	2. Практические занятия № 3. Целеполагание реализации стратегии продвижения проекта в сети Интернет	4	
Тема 3. Рассылки	Содержание учебного материала	2	
	1. Рассылки: понятие		
	2. Виды рассылок		
	3. Структура рассылок		
	4. Специальные предложения		
	5. Креативы для рассылок		
	Практические занятия:	8	
	1. Практические занятия № 4. Создание триггерной, служебной и информационной рассылки	4	
	2. Практические занятия № 5. Создание продающего письма	2	
	3. Практические занятия № 6. Размещение контекстно-медийной информации в системах интернет	2	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся		Объем часов	
1	2		3	
Тема 4. Лендинг	Содержание учебного материала		2	
	1.	Лендинг и его функции		
	2.	Структура лендинга		
	3.	Конверсионные элементы		
	Практические занятия:		6	
1.	<i>Практические занятия № 7.</i> Создание прототипа лендинга	6		
Всего			36	

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 кабинета социально-экономических дисциплин, оснащенного столом преподавателя – 1 шт.; стулом преподавателя – 1 шт.; столами компьютерными – 13 шт.; креслами компьютерными – 13 шт.; столами ученическими – 12 шт.; стульями ученическими – 25 шт.; доской меловой – 1 шт.; доской интерактивной – 1 шт.; проектором – 1 шт.; моноблоками – 13 шт.; МФУ – 1 шт.; шкафом для документов – 1 шт.; шкафом архивным – 1 шт.; огнетушителем -1 шт.

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.

3.2.1 Основные источники:

1Каджаева, М. Р. Финансовая грамотность [Электронный ресурс]: учеб. / М. Р. Каджаева, С. В. Дубровская. - Москва : Академия, 2025. - 304 с. (Профессиональное образование) - URL: <http://www.academia-moscow.ru>

3.2.2 Дополнительные источники

1. Основы финансовой грамотности : учебник для СПО / Е. И. Костюкова, И. И. Глотова, Е. П. Томилина [и др.]. - 3-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Лань, 2025. - 316 с. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>
2. Налоги и налогообложение [Электронный ресурс] : учебник и практикум для СПО / под ред. Г. Б. Поляка, Е. Е. Смирновой. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2025. - 433 с. - (Профессиональное образование). - URL: www.biblio-online.ru.

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>3-1 виды поисковых запросов пользователей в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, программные средства и платформы; 3-2 основы гипертекстовой разметки, правила формирования основных тегов (заголовок страницы, ключевые слова страницы, описание страницы); 3-3 методы обработки текстовой и графической информации; 3-4 основы контекстно-медийного продвижения проектов в информационно-телекоммуникационной сети Интернет; 3-5 основы коммуникаций в информационно-телекоммуникационной сети Интернет; 3-6 основы компьютерной грамотности; 3-7 правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов</p>	<p>– Составляет контекстно-медийный план продвижения проекта; – Разрабатывает стратегию проведения медийной и контекстно-медийной кампании – Обрабатывает текстовую и графическую информации; – Использует программные средства сети Интернет и платформы для продвижения проекта</p>	<p>Текущий контроль: оценка результатов ответов, собеседования. Оценка выполнения тестового задания. Промежуточная аттестация: оценка выполнения задания на зачете.</p>
<p>У-1 оцифровывать текстовую и графическую информацию; У-2 составлять контекстно-медийный план продвижения проекта, разрабатывать стратегию проведения медийной и контекстно-медийной кампании, размещать контекстно-медийную информацию в системах интернет; У-3 осуществлять подбор площадок в информационно-телекоммуникационной сети Интернет для продвижения проекта; У-4 управлять коммуникациями в информационно-телекоммуникационной сети Интернет; У-5 контролировать реализацию стратегии продвижения проекта</p>		<p>Текущий контроль: оценка результатов ответов, собеседования. Оценка выполнения тестового задания. Промежуточная аттестация: оценка выполнения задания на зачете.</p>

<i>в информационно-телекоммуникационной сети Интернет и составить отчет по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети Интернет</i>		
--	--	--