

**Приложение 6.29**

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение  
Саратовской области  
«Перелюбский аграрный техникум»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ**

Дисциплина	ОП.10 Интернет-маркетинг
Специальность/профессия	38.02.08 Торговое дело
Квалификация выпускника	Специалист торгового дела
Нормативный срок обучения	2 года 10 месяцев
Форма обучения	очная

Саратов 2024 г.

Рабочая программа учебной дисциплины «ОП.10 Интернет-маркетинг» разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 38.02.08 Торговое дело, утверждённого приказом Минпросвещения России от 19.07.2023 № 548 (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2023 №74906).

**Организация- разработчик:** Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Саратовской области «Перелюбский аграрный техникум»

**Составитель:**

Абдуллаев Г.А., преподаватель первой квалификационной категории ГАПОУ СО «Перелюбский аграрный техникум»

## СОДЕРЖАНИЕ

1.	ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	16
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	17
5.	КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	19

# 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

## 1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины «ОП.10 Интернет-маркетинг» является обязательной частью общепрофессионального цикла образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело.

## 1.2. Место учебной дисциплины в структуре ППССЗ

Учебная дисциплина «ОП.10 Интернет-маркетинг» является обязательной частью профессионального цикла основной образовательной программы по специальности 38.02.08 Торговое дело, в соответствии с ФГОС СПО.

## 1.3. Цели и результаты освоения общеобразовательной дисциплины

### 1.3.1 Цель общеобразовательной дисциплины

Главной целью предмета «ОП.10 Интернет-маркетинг» выступает комплексное воздействие различных организационных форм, средств и методов, технологий на личность будущего специалиста с учётом особенностей профессиональной деятельности.

## 1.4. Планируемые результаты освоения общеобразовательной дисциплины в соответствии с ФГОС СПО и на основе ФГОС СОО

Особое значение дисциплина имеет при формировании общих (ОК) и профессиональных (ПК) компетенций:

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

Код ОК	Дисциплинарные результаты	
	Умения	Знания
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;
	выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;	основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
	составлять план действия;	алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;
	владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;	методы работы в профессиональной и смежных сферах;
	определять необходимые ресурсы;	структуру плана для решения задач;

	оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
	реализовывать составленный план	
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	определять задачи для поиска информации;	номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности;
	определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию;	приемы структурирования информации;
	выделять наиболее значимое в перечне информации;	формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации;
	оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;	порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе с использованием цифровых средств
	использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач;	
ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности.
ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке;	особенности 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	использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей; применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности;	роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека;
	пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности	основы здорового образа жизни;
ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы;	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы;
	участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;	основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика);
	строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;	лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности.
	кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые);	
	писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	

Код ПК	Дисциплинарные результаты		
	Навыки	Умения	Знания
ПК 3.1 Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-	проведения технического анализа аудируемого веб-сайта;	выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;	особенности функционирования современных поисковых машин;
	проведения базового аудита эргономичности (юзабилити)	документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта;	особенности функционирования современных систем

телекоммуникационной сети «Интернет»	аудируемого веб-сайта;		администрирования веб-сайтов;
	проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта;	формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);	особенности функционирования современных поисковых машин;
	анализа поисковой выдачи;	выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;	правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;
	анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи;	использовать инструменты для проведения технического аудита;	внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок;
	анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";	составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;	особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;
	анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем;	обосновывать выбор целевой аудитории;	основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;
		сегментировать целевую аудиторию	способы корректировки

		для разных задач и продуктов;	внутренних ошибок веб-сайта;
		актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";	основы копирайтинга и веб-райтинга;
		сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;	основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна;
ПК 3.2 Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки	определения стратегии поискового продвижения;	оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки;	стандарты верстки веб-сайтов;
	оформления заявочных и платежных документов участников торгово-промышленной выставки;	составлять информационно-аналитические справки;	правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;
	проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении;		основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита;
			правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации;
			правила оформления заявочных и платежных



			документов участников торгово-промышленной выставки;
ПК 3.3 Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество	определения стратегии продвижения в социальных сетях;	анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;	перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «интернет»;
	размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;	составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;	особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа;
	размещения медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;	анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;	
		разрабатывать рекламные модули;	
		создавать тексты и рекламные слоганы;	
		создавать тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;	
ПК 3.4 Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика	разработки лендинга;	составлять информационно-аналитические справки;	основы компьютерной грамотности;
	анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц	оформлять отчетные документы	основы гипертекстовой разметки;

	веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы;		
		создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, работать с сервисами рассылок;	методы обработки текстовой и графической информации;
		анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию;	правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний;
		рассчитывать бюджет на создание лендинга;	стандарты делового общения в письменной и устной форме;
		писать техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций;	правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;
ПК 3.5 Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании;	работать с бесплатными сервисами создания лендингов;	принципиальные отличия лендингов от сайтов;
		составлять smm-стратегии;	основы разработки и поддержки сайтов/лендингов ;
		составлять контент-планы;	правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы);

		создавать стратегии продвижения;	сервисы для автоматизации рассылок;
		разрабатывать уникальные торговые предложения;	правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;
		создавать стратегии продвижения;	
		различать виды текстов;	
ПК 3.6 Определять готовность веб-сайта к продвижению	составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.	выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;	основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;
		определять маркетинговые стратегии;	основы веб-технологии;
		определять СТА для лендингов;	основы веб-дизайна
		определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче.	

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОП.10 Интернет-маркетинг»

### 2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
<b>Объем образовательной программы дисциплины</b>	<b>70</b>
в т.ч.	
<b>1. Основное содержание</b>	<b>70</b>
в т. ч.:	
теоретическое обучение	51
практическое обучение	15
самостоятельная учебная работа	2
<b>Дифференцированный зачет</b>	<b>2</b>

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «ОП.10 Интернет-маркетинг»

Наименование разделов и тем	№ занятия	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Формируемые общие и профессиональные компетенции
<b>Раздел 1. Технология интернет-маркетинга</b>			<b>72</b>	
<b>Основное содержание</b>			<b>6</b>	
<b>Тема 1.1. Основы маркетинга</b>	1-2	Процесс управления маркетингом (сегментирование рынка, позиционирование товара на рынке, организация службы маркетинга)	2	ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05
	3-4	Маркетинговая среда (основные факторы микросреды функционирования фирмы, основные факторы макросреды функционирования фирмы)	2	ОК 08 ОК 09 ПК 3.1, ПК 3.2,
	5-6	Жизненный цикл товаров. Продвижение товаров	2	ПК 3.3, ПК 3.4
<b>Основное содержание</b>			<b>6</b>	ОК 01 ОК 02
<b>Тема 1.2 Определение и характеристики интернет-маркетинга</b>	7-8	Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу.	2	ОК 04 ОК 05 ОК 08 ОК 09
	9-10	Основные клиенты интернет-маркетинга. Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей	2	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4,
	11-12	Маркетинговые сервисы поисковых систем, программы и информационные системы	2	ПК 3.5, ПК 3.6
<b>Основное содержание</b>			<b>6</b>	ОК 01 ОК 02
<b>Тема 1.3. Инновации в маркетинге</b>	13-14	Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности	2	ОК 04 ОК 05 ОК 08 ОК 09
	15-16	Новые решения для рекламы: DigitalSignage, IndoorTV. Информационные системы управления опытом потребителей	2	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4,
	17-18	<b>Практическое занятие № 1.</b> 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	ПК 3.5, ПК 3.6
<b>Основное содержание</b>			<b>6</b>	ОК 01 ОК 02
<b>Тема 1.4.</b>	19-20	Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа.	2	ОК 04 ОК 05 ОК 08 ОК 09
	21-22	Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта.	2	

<b>Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге</b>	23-24	<b>Практическое занятие № 2</b> «Определение целевой аудитории. Выделение сегментов целевой аудитории, составить описание каждого сегмента с учетом следующих характеристик: фото типичного представителя, пол, возраст, география проживания, семейное положение, образование, доход, профессиональная деятельность, интересы, стиль жизни»	2	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
<b>Основное содержание</b>			<b>8</b>	ОК 01 ОК 02
<b>Тема 1.5. Анализ готовности веб-сайта к продвижению</b>	25-26	Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности	2	ОК 04 ОК 05 ОК 08 ОК 09
	27-28	Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов, основы письменной деловой коммуникации	2	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	29-30	Правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации. Основ оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. Способов корректировки внутренних ошибок веб-сайта	2	
	31	<b>Практическое занятие № 3</b> «Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов»	1	
	32	<b>Контрольная работа</b>	1	
<b>Основное содержание</b>			<b>10</b>	ОК 01 ОК 02
<b>Тема 1.6. Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</b>	33-34	Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов.	2	ОК 04 ОК 05 ОК 08 ОК 09
	35-36	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	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	37-38	Анализ правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта	2	
	39-40	Правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы), методов обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и веб-райтинга	2	
	41-42	<b>Практическое занятие № 5</b> «Анализ ситуаций на определение факторов, влияющих на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче. Составление списка ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи»	2	

<b>Основное содержание</b>			<b>8</b>	ОК 01 ОК 02
<b>Тема 1.7. Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет»</b>	43-44	Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения. Концепция продвижения, цели и задачи продвижения. Целевая аудитория, модели поведения аудитории и методы влияния на нее	2	ОК 04 ОК 05 ОК 08 ОК 09 ПК 3.1, ПК 3.2,
	45-46	Понятие «социальная сеть», общие принципы работы виртуальных социальных сетей. SMM-стратегия, методы измерения эффективности, методы создания контента. Стратегия продаж через «блогосферу»	2	ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	47-48	Понятие и значение контент-плана в интернет-маркетинге. Виды контент-планов. Содержание контент-плана	2	
	49-50	<b>Практическое занятие № 6</b> «Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия»	2	
<b>Основное содержание</b>			<b>12</b>	ОК 01 ОК 02
<b>Тема 1.8. Организация и проведение рекламных кампаний в социальных медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество</b>	51-52	Изучение перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет»	2	ОК 04 ОК 05 ОК 08 ОК 09
	53-54	Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа	2	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	55-56	Анализ рекламных модулей, уникальных торговых предложений, рассылок	2	
	57-58	<b>Практическое занятие № 7</b> «Разработка уникальных торговых предложений»	2	
	59-60	<b>Практическое занятие № 8</b> «Разработка рекламных модулей»	2	
	<b>Самостоятельная работа</b>		<b>2</b>	
	61-62	Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара	2	
<b>Основное содержание</b>			<b>6</b>	ОК 01 ОК 02
<b>Тема 1.9. Создание лендинга</b>	63-64	Понятие «landingpage», классификация, этапы проектирования, структура.	2	ОК 04 ОК 05
	65-66	Конструкторы для создания «landingpage».	2	ОК 08 ОК 09
	67-68	<b>Практическое занятие № 9</b> «Разработка лендинга для коммерческого предприятия»	2	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	69-70	Дифференцированный зачёт	<b>2</b>	
<b>ИТОГО</b>			<b>70</b>	

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Для реализации программы дисциплины «Интернет-маркетинг» имеется учебный кабинет.

##### **3.1.1. Оборудование учебного кабинета:**

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя.

##### **3.1.2. Технические средства обучения:**

- компьютер с лицензионным программным обеспечением;
- мультимедийный проектор;
- экран;
- аудиовизуальные средства – схемы и рисунки к лекциям в виде слайдов и электронных презентаций.

##### **3.1.3. Демонстрационные материалы**

Настенные карты, презентации.

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

1. Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендованные для использования в образовательном процессе, не старше пяти лет с момента издания.

2. Рекомендуемые печатные издания по реализации общеобразовательной дисциплины представлены в методических рекомендациях по организации обучения.

##### **3.2.1. Основные источники (печатные издания)**

1. Жильцова О. Н. Интернет-маркетинг: учебник / О. Н. Жильцова. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. С. 335.
2. Карпова С. В. Информационные технологии в маркетинге: учебник / С. В. Карпова. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. С. 367.



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

**Контроль и оценка** результатов освоения общеобразовательной дисциплины раскрываются через дисциплинарные результаты, направленные на формирование общих и профессиональных компетенций по разделам и темам содержания учебного материала.

Общая/профессиональная компетенция	Раздел/Тема	Тип оценочных мероприятий
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Р 1 Темы 1.1 -1.9	- тестирование; -кейс задания; -составление словаря терминов, либо кроссворда; -устный опрос;
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Р 1 Темы 1.1 -1.9	-фронтальный письменный опрос; -эссе, доклады, рефераты; -оценка составленных презентаций по темам раздела; -контрольная работа; -оценка самостоятельно
ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Р 1 Темы 1.1 -1.9	выполненных заданий; -дифференцированный зачет проводится в форме
ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Р 1 Темы 1.1 -1.9	тестирования
ОК 08 Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	Р 1 Темы 1.1 -1.9	
ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Р 1 Темы 1.1 -1.9	
ПК 3.1 Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в	Р 1 Темы 1.1 -1.9	– защита реферата; – составление кроссворда; – фронтальный опрос;

информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»		<ul style="list-style-type: none"> <li>– контрольное тестирование;</li> <li>– оценивание практической работы;</li> <li>– тестирование;</li> <li>– тестирование (контрольная работа);</li> </ul>
ПК 3.2 Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки	Р 1 Темы 1.1 -1.9	
ПК 3.3 Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество	Р 1 Темы 1.1 -1.9	
ПК 3.4 Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика	Р 1 Темы 1.1 -1.9	
ПК 3.5 Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Р 1 Темы 1.1 -1.9	
ПК 3.6 Определять готовность веб-сайта к продвижению	Р 1 Темы 1.1 -1.9	

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ  
«ПЕРЕЛЮБСКИЙ АГРАРНЫЙ ТЕХНИКУМ»**

**КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН  
на 2024 – 2025 учебный год**

Дисциплина: Интернет-маркетинг

Специальность код: 38.02.08 Торговое дело

Преподаватель: Абдуллаев Г.А., преподаватель ГАПОУ СО «Перелюбский аграрный техникум»

Курс и семестр обучения	№ группы	Объём образовательной программы	Учебная нагрузка обучающихся, часов										
			Самостоятельная работа обучающегося	Занятия во взаимодействии с преподавателем, часов									Промежуточная аттестация
				Всего учебных занятий	Основное содержание			прикладной модуль (практическая подготовка)			Консультации		
					Теоретические занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Теоретические занятия	Практические занятия	Лабораторные занятия			
2-3		70	-	70	51	15	2					2	
Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет													

**Планирование содержания дисциплины**

№ занятия	Наименование разделов и тем	Количество часов	Тип учебного занятия (в соответствии с УМК)	Средства обучения	Типы оценочных мероприятий	Самостоятельная работа (Д/з)
<b>2 курс 2 семестр</b>		<b>32</b>				
<b>Раздел 1. Технология интернет-маркетинга</b>						
<b>Тема 1.1. Основы маркетинга</b>		<b>6</b>	<b>Основное содержание</b>			
1-2	Процесс управления маркетингом.	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
3-4	Маркетинговая среда	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
5-6	Жизненный цикл товаров.	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Тестирование	
<b>Тема 1.2 Определение и характеристики интернет-маркетинга</b>		<b>6</b>	<b>Основное содержание</b>			
7-8	Цели и задачи интернет-маркетинга.	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
9-10	Основные клиенты интернет-маркетинга.	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
11-12	Маркетинговые сервисы поисковых систем, программы и информационные системы	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Тестирование	
<b>Тема 1.3. Инновации в маркетинге</b>		<b>6</b>	<b>Основное содержание</b>			
13-14	Сервисные программы для оценки потребительской ценности.	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
15-16	Новые решения для рекламы: DigitalSignage, IndoorTV.	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Тестирование, фронтальный опрос	
17-18	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	Практическое занятие	Методические указания.	Оценивание практической работы	
<b>Тема 1.4. Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге</b>		<b>6</b>	<b>Основное содержание</b>			
19-20	Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа.	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
21-22	Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта.	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	

23-24	Определение целевой аудитории.	2	Практическое занятие	Методические указания.	Оценивание практической работы.	
<b>Тема 1.5. Анализ готовности веб-сайта к продвижению</b>		<b>8</b>	<b>Основное содержание</b>			
25-26	Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
27-28	Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов, основы письменной деловой коммуникации	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
29-30	Правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации.	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
31	Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов	1	Практическое занятие	Методические указания.	Оценивание практической работы	
32	Контрольная работа	1	Урок контроля	Методические указания.	Тестирование	
<b>3 курс 1 семестр</b>		<b>38</b>				
<b>Тема 1.6. Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</b>		<b>10</b>	<b>Основное содержание</b>			
33-34	Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
35-36	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	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
37-38	Анализ правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
39-40	Правила формирования основных тегов, методов обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и веб-райтинга	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	

41-42	Анализ ситуаций на определение факторов, влияющих на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче.	2	Практическое занятие	Методические указания.	Оценивание практической работы.	
<b>Тема 1.7. Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет»</b>		<b>8</b>	<b>Основное содержание</b>			
43-44	Понятие «стратегия продвижения».	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
45-46	Понятие «социальная сеть», общие принципы работы виртуальных социальных сетей.	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
47-48	Понятие и значение контент-плана в интернет-маркетинге	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
49-50	Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия	2	Практическое занятие	Методические указания.	Оценивание практической работы.	
<b>Тема 1.8. Организация и проведение рекламных кампаний в социальных медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество</b>		<b>12</b>	<b>Основное содержание</b>			
51-52	Изучение перечня рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет»	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Тестирование, фронтальный опрос	
53-54	Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
55-56	Анализ рекламных модулей, уникальных торговых предложений, рассылок	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
57-58	Разработка уникальных торговых предложений	2	Практическое занятие	Методические указания.	Оценивание практической работы.	
59-60	Разработка рекламных модулей	2	Практическое занятие	Методические указания.	Оценивание практической работы.	
61-62	Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара	2	Самостоятельная работа	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	Защита реферата
<b>Тема 1.9. Создание лендинга</b>		<b>6</b>				

63-64	Понятие «landingpage», классификация, этапы проектирования, структура.	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
65-66	Конструкторы для создания «landingpage».	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
67-68	Разработка лендинга для коммерческого предприятия	2	Практическое занятие	Методические указания.	Оценивание практической работы	
69-70	Промежуточная аттестация	2	Дифференцированный зачет	Методические указания.	Тестирование	
	<b>Итого</b>	<b>32/ 38/ 70</b>				