

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ
ОГА ПОУ «Новгородский торгово-технологический техникум»**

УТВЕРЖДАЮ:

Заместитель директора по
учебной работе

И.А. - И.А. Емельянова

«31» 08 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ**

38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Квалификация выпускника – менеджер по продажам

**Великий Новгород
2020**

Рабочая программа учебной дисциплины «ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ» по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 9 декабря 2016 г. № 1552 и учебным планом, утвержденным ОГА ПОУ «НТТТ»

Организация-разработчик: областное государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Новгородский торгово-технологический техникум

Разработчик:
Привалихина А.А. – *преподаватель*

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
1.1 Область применения программы	4
1.2 Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы	4
1.3 Цели и задачи учебной дисциплины	4
1.4 Рекомендуемое количество часов на освоение программы учебной дисциплины:	5
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы	5
2.2 ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению	8
3.2 Информационное обеспечение обучения	8
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	9
5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ	9
5.1 Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации в виде дифференцированного зачета.....	9
5.2 Критерии оценки для проведения дифференцированного зачета по дисциплине	10
5.3 Методические материалы, определяющие процедуру оценивания по дисциплине	10
6. ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	11

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

1.1 Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины «Интернет-маркетинг» является вариативной частью основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования базовой подготовки.

1.2 Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина входит в вариативную часть дисциплин общепрофессионального цикла.

1.3 Цели и задачи учебной дисциплины

Требования к результатам освоения учебной дисциплины: приобретение навыков в сфере интернет-маркетинга.

Основными задачами дисциплины являются:

- получение представления о целях и задачах интернет-маркетинга;
- пополнение понятийного аппарата в сфере интернет-маркетинга;
- изучение методов сбора информации о целевой аудитории.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- применять различные средства маркетинговых коммуникаций;
- проводить исследования в целевой аудитории;
- самостоятельно разрабатывать стратегию продвижения;
- разрабатывать скрипт продаж;
- составлять контент-план;
- рассчитывать конверсию площадки.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать**:

- виды маркетинговых коммуникаций;
- типы контент-плана;
- ключевые показатели эффективности интернет-маркетинга.

В результате освоения учебной дисциплины формируются компетенции, включающие в себя способность:

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ПК 1.7. Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения.

ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.

1.4 Рекомендуемое количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

Максимальная учебная нагрузка обучающегося – 151 часов, в том числе:

Обязательная

- теоретическая часть – 81 час;
- практические занятия – 26 часов;
- самостоятельная работа - 44 часа

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	151
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	107
в том числе:	
теоретические занятия	80
практические занятия	26
Самостоятельная работа	44
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	1

2.2 ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала обучающихся, практические занятия		Объем часов	Уровень освоения
Введение	Содержание учебного материала		8	
	1	Цели и задачи интернет-маркетинга Техника безопасности..	4	1
	2	Основные понятия интернет-маркетинга.	4	1
Тема 1. Средства маркетинговых коммуникаций	Содержание учебного материала		38	
	1	Разнообразие средств маркетинговых коммуникаций	4	1,2
	2	Онлайн и оффлайн реклама. Ключевые отличия работы в сети.	4	1,2
	3	Брендинг.	4	1,2
	4	Торговая марка, торговая сеть, торговый знак.	4	1,2
	5	Контекстная реклама	4	1,2
	Практическая работа №1: «Анализ ленты в социальных сетях»		2	3
	Практическая работа №2: «Анализ бренда»		2	3
	Практическая работа №3: «Создание лида»		2	3
	Самостоятельная работа №1: реферат «Средства маркетинговых коммуникаций»		6	
	Самостоятельная работа №2: реферат «История бренда»		6	
Тема 2. Основы SEO	Содержание учебного материала		34	
	1	Продвижение и оптимизация сайта, торговой площадки.	4	1,2
	2	Медиапланирование.	4	1,2
	3	Виды контент-планов	4	1,2
	4	Инструменты и шаблоны для оформления контент-плана.	4	1,2
	Практическая работа №4: «Составление контент-плана»		4	3
	Практическая работа №5: «Составление портрета пользователя по предпочтениям»		2	3
	Самостоятельная работа №2: реферат «Основы SEO»		6	
	Самостоятельная работа №3: «Составление личного портрета пользователя»		6	
	Тема 3. Работа с пользователем	Содержание учебного материала		46
1		Понятие целевой аудитории. Запросы аудитории. Портрет ЦА.	4	1,2
2		Работа с пользователем онлайн. Работа с отказами, упущенные продажи: причины и следствия.	4	1,2
3		Эффективные приемы работы с пользователем	4	1,2
4		Скрипты. Виды, области применения	4	1,2

	5	Работа с блогерами. Селебрити и реклама в соцсетях	4	1,2
	6	Особенности продвижения личного бренда	4	1,2
		Практическая работа №6: «Анкета для ЦА продукта»	2	3
		Практическая работа №7: «Составление скрипта холодного звонка»	4	3
		Практическая работа №8: «Составление скрипта для бота торговой площадки»	2	3
		Практическая работа № 8: «Перевод оффлайн рекламы в онлайн формат»	2	3
		Самостоятельная работа № 4: реферат «Целевая аудитория»	6	
		Самостоятельная работа №5: «Личность в сети»	6	
		Самостоятельная работа №6: «Создание личного бренда на примере»	6	
		Содержание учебного материала	18	
Тема 4. Эффективность интернет-маркетинга	1	Анализ эффективности ИМ	4	1,2
	2	Показатели эффективности в разных сферах ИМ и их применение.	4	1,2
	3	Конверсия сайта, конверсия трафика. Типовые задачи.	4	1,2
		Практическая работа № 9: «Решение задач на конверсию»	2	3
		Практическая работа № 10: «Анализ конверсии сайта»	2	3
			Самостоятельная работа: подготовка к диф.зачету	2
		Консультация	2	
		ИТОГО	151	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для реализации программы учебной дисциплины «Интернет-маркетинг» по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) предусмотрены следующие специальные помещения:

Учебный кабинет, оснащенный оборудованием:

- учебные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебная доска;
- технические средства обучения (по необходимости):
 - персональные компьютеры,
 - мультимедийное оборудование.

3.2 Информационное обеспечение обучения

основные источники:

1. Акулич, Маргарита Инструменты интернет-маркетинга. Контекстная реклама и маркетинг контента / Маргарита Акулич. - М.: Издательские решения, 2019. - 723 с.
2. Иванов, Андрей Владимирович Интернет-маркетинг / Иванов Андрей Владимирович. - М.: Горячая линия - Телеком, 2020. - 487 с.
3. Успенский интернет как инструмент маркетинга / Успенский, Игорь. - М.: СПб: ВНУ, 2019. - 256 с.

дополнительные источники:

1. Загребельный, Григорий Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас / Григорий Загребельный. - М.: Альпина Диджитал, 2020. - 804 с.
2. Воронюк, Антон Актуальный интернет-маркетинг / Антон Воронюк. - Москва: ИЛ, 2018. - 413 с.

КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Уметь:	
применять различные средства маркетинговых коммуникаций	Тестирование, практические занятия, дифференцированный зачет
проводить исследования в целевой аудитории	
самостоятельно разрабатывать стратегию продвижения	
разрабатывать скрипт продаж	
составлять контент-план	
рассчитывать конверсию площадки	
Знать:	
виды маркетинговых коммуникаций	Тестирование, практические занятия, дифференцированный зачет
типы контент-плана	
ключевые показатели эффективности интернет-маркетинга	

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1 Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации в виде дифференцированного зачета

1. Цели и задачи интернет-маркетинга
2. Основные понятия интернет-маркетинга
3. Отличия онлайн и оффлайн-маркетинга
4. Средства маркетинговых коммуникаций
5. Реклама в сети. Отличительные признаки, критерии эффективности
6. Брендинг
7. Торговая марка, торговая сеть, торговый знак
8. Контекстная реклама
9. Методы продвижения и оптимизации сайта
10. Медиапланирование. Виды контент-плана
11. Продвижение в социальных сетях
12. Понятие целевой аудитории
13. Определение запроса целевой аудитории
14. Составление портрета целевой аудитории
15. Работа с пользователем онлайн. Работа с отказами.
16. Скрипты. Создание скрипта для онлайн-бота на торговой площадке
17. Показатели эффективности СМК
18. Анализ эффективности SEO
19. Конверсия сайта, конверсия трафика
20. Решение задач на конверсию сайта\трафика\площадки

5.2 Критерии оценки для проведения дифференцированного зачета по дисциплине

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если отсутствует знание и понимание теоретического содержания курса; не сформирована большая часть практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, очень низкое качество выполнения заданий (не выполнены, либо оценены числом баллов, ниже минимального); отсутствует мотивация к обучению.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если присутствует знание и понимание теоретического содержания курса с незначительными пробелами; не сформированы некоторые практические умения при применении знаний в конкретных ситуациях, низкое качество выполнения заданий (не выполнены, либо оценены числом баллов, близким к минимальному); низкий уровень мотивации обучения.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если есть полное знание и понимание теоретического содержания курса; присутствует недостаточность в обосновании отдельных собственных суждений, при этом не оказывающая значительного влияния на формирование практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях; достаточное качество выполнения всех предусмотренных программой обучения заданий; средний уровень мотивации учения.

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если есть полное знание и понимание теоретического содержания курса, без пробелов; обоснование собственных суждений с учетом сформированных необходимых практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях; высокое качество выполнения всех предусмотренных программой обучения заданий.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуру оценивания по дисциплине

Процедура оценивания результатов освоения программы дисциплины включает в себя оценку уровня сформированности компетенций обучающегося.

При сдаче дифференцированного зачета:

- профессиональные знания обучающегося могут проверяться при ответе на теоретические вопросы;
- степень владения профессиональными умениями, уровень сформированности компетенций (элементов компетенций) – при выполнении практических работ и других заданий.

5. ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Рабочая программа: одобрена на 20__ / __ учебный год и утверждена начальником учебно – методического отдела Владимировой Н.А.

от _____ 20__ г.

(подпись)

Рабочая программа: одобрена на 20__ / __ учебный год и утверждена начальником учебно – методического отдела

от _____ 20__ г.

(подпись)