

Специальность	38.02.04 Коммерция (по отраслям)
Наименование	РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ Digital маркетинг
Автор(ы)	Костылева И.А., преподаватель ГАПОУ ТСПК
Организация-разработчик	ГАПОУ ТСПК
Рецензент(ы)	Алексеева М.М., Старикова Т.Е.,
Аннотация	Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям), утвержденной приказом Министерства образования и науки РФ от «15» мая 2014 г. № 539.

СОДЕРЖАНИЕ

Название разделов	стр.
1. Паспорт рабочей программы учебной дисциплины	4
2. Структура и содержание учебной дисциплины	6
3. Условия реализации учебной дисциплины	11
4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины	13
5. Приложение 1	15
6. Приложение 2	17
7. Приложение 3	18
8. Лист изменений и дополнений, внесенных в рабочую программу	19

1. ПАСПОРТ ПРИМЕРНОЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Digital маркетинг

1.1. Область применения примерной программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью рабочей основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки).

Рабочая программа составлена для очной формы обучения.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: дисциплина входит в профессиональный цикл и относится к общепрофессиональным дисциплинам.

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины студент должен уметь:

- применять методы анализа рыночной информации в виртуальной среде;
- уметь применять методы интернет-маркетинга с целью повышения эффективности деятельности предприятия в конкурентной среде.

В результате освоения дисциплины студент должен знать:

- теоретические основы интернет-маркетинга (ИМ);
- основы проведения исследования и анализа рыночной среды в Интернет;
- основы проведения исследования и анализа рыночной среды в Интернет;
- специализированные маркетинговые программные продукты;

Вариативная часть - не предусмотрена.

Содержание дисциплины должно быть ориентировано на подготовку студентов к освоению профессиональных модулей ОПОП по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) и овладению профессиональными компетенциями (ПК) (Приложение 1)

- ПК-10 – формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в среде Интернет;

В процессе освоения дисциплины у студентов должны формировать общие компетенции (ОК) (Приложение 2):

- ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
- 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.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося **90** часов, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **64** часа;
- самостоятельной работы обучающегося **26** часов.

2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной деятельности	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	90
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	64
в том числе:	
лабораторные занятия	не предусмотрено
практические занятия	32
контрольные работы	
курсовая работа (проект)	не предусмотрено
Самостоятельная работа студента (всего)	26
в том числе:	
самостоятельная работа на курсовой работой (проектом)	не предусмотрено
подготовка докладов, сообщений	6
составление таблиц, схем	8
изучение и анализ интернет-ресурсов	12
Итоговая аттестация в форме	экзамен

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Digital маркетинг»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа студентов	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга.	Содержание учебного материала	4	1-2
	1 Особенности маркетинга в интернет. Интернет как новая информационная среда. Сайт организации как инструмент маркетинга.		
	2 Функциональное назначение и ресурсы Интернет. Электронный бизнес и электронная коммерция		
	Практические занятия	4	
	Виртуальное маркетинговое пространство и технологии. Интернет в маркетинге.		
	Лабораторные работы (не предусмотрено)		
Контрольные работы (не предусмотрено)			
	Самостоятельная работа студентов:	4	
	Реферат. Развитие Интернет-маркетинга в России. Портрет интернет-аудитории		
Тема 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга.	Содержание учебного материала	4	1-2
	1 Этапы построения системы маркетинга на основе сайта организации.		
	2 . Лидогенерация как направление в интернет-маркетинге. Виды лидов и способы оплаты. Источники лидов.		
	3 Необходимые интернет-сервисы для создания сайта Особенности работы партнерских программ. Методика повышения качества лидов.		
	Практические занятия	4	
	Сформировать воронку продаж Лабораторные работы (не предусмотрено)		
Контрольные работы (не предусмотрено)			
	Самостоятельная работа студентов: Разработать стратегию лидогенерации	4	
Тема 3. E-mail маркетинг.	Содержание учебного материала	4	1-2
	1 Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем Тренды современного E-mail маркетинга. а.		

	2	Стратегия сегментации. Экономическая эффективность массовых рассылок.		
	3	Получатели спам рассылок и их списки. Способы получения спам лист		
	Практические занятия		4	
	Разработать контент для серии писем по продвижению товара или услуги.			
	Лабораторные работы (не предусмотрено)			
	Контрольные работы (не предусмотрено)			
	Самостоятельная работа студентов: Зарегистрироваться в системе Wix.com. Организовать рассылку.		4	
	Содержание учебного материала		4	
	1	Планирование Web-сайта. Реализация Web-сайта. Привлечение пользователей на Web-сайт Подведение итогов на основе сравнения полученных результатов с запланированными по установленным ранее критериям.		1-2
	2	Основные понятия SEO. Алгоритмы работы поисковых систем. Разработка SEO friendly сайта. Семантическое ядро сайта. Внутренняя оптимизация		
	Практические занятия Создать контент.		4	
	Лабораторные работы (не предусмотрено)			
	Контрольные работы (не предусмотрено)			
	Самостоятельная работа студентов: Опубликовать сайт		2	
	Содержание учебного материала		4	
	1	Виды социальных сетей и блог-платформ. Задачи, решаемые с помощью работы в социальных сетях. Особенности взаимодействия с аудиторией в социальных сетях.		1-2
	2	Обзор инструментов отслеживания упоминаний о брендах и тональности мнений. Принципы работы инструментов и аналитика.		
	Практические занятия Создать группу в "ВКонтакте", Лабораторные работы (не предусмотрено)		4	
	Контрольные работы (не предусмотрено)			

	Самостоятельная работа студентов: Обновлять содержание группы, увеличивая число подписчиков. Оценить эффективность продвижения группы в соцсети.	4	
Тема 6. Управление проектами в интернет-маркетинге.	Содержание учебного материала	4	
	1 Этапы разработки проектов в интернете. Usability тестирование. Варианты хостинга.		1-2
	2 Особенности выбора поставщиков. Виды систем управления сайтом..		
3 Создание диаграмм поведения пользователей в сети.			
	Практические занятия	4	
	Разработка прототипов корпоративного сайта		
	Лабораторные работы (не предусмотрено)		
	Контрольные работы (не предусмотрено)		
	Самостоятельная работа студентов: Описать один отечественный или зарубежный электронный магазин.	2	
Тема 7. Интернет-реклама.	Содержание учебного материала	4	
	1 Виды рекламных кампаний. Задачи и критерии достижения результата: продающая рекламная кампания, информационная и имиджевая. Западная модель типов рекламных кампаний		1-2
	2 Виды таргетингов. Этапы запуска контекстной рекламы. Ре-таргетинг. Принцип работы контекстной рекламыМедийная реклама: виды площадок. Медиабаинг. Таргетированная реклама.		
	Практические занятия	4	
	Разработать проект баннера.		
	Лабораторные работы (не предусмотрено)		
	Контрольные работы (не предусмотрено)		
	Самостоятельная работа студентов: Создать рекламную кампанию в системах контекстной рекламы.	6	
Тема 8. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний	Содержание учебного материала	4	
	1 Задачи и возможности веб-аналитики. Обзор и сравнительный анализ инструментов веб-аналитики.		1-2
	2 Виды способов сбора данных. Настройка целей и анализ конверсий. Использование Google Analytics для анализа эффективности рекламных кампаний . Карта кликов от		

	Яндекс.Метрики.		
	Практические занятия		4
	Представление рекламной кампании.		
	Лабораторные работы (не предусмотрено)		
	Контрольные работы (не предусмотрено)		
	Самостоятельная работа студентов(не предусмотрено)		

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1 – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
- 2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
- 3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета «социально-экономических дисциплин».

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству студентов;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-наглядных пособий
- комплект учебно-методической документации;
- инструкционно - технологические карты для проведения практических работ;

Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением и мультимедиапроектор.

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории: не предусмотрено.

3.2. Информационное обеспечение обучения (перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы)

Основная литература:

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 352 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://znanium.com/catalog/product/492805> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02474-0. – Текст : электронный.
2. Катаев, А.В. Интернет-маркетинг : учебное пособие / А.В. Катаев, Т.М. Катаева ; Министерство науки и высшего образования РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южный федеральный университет», Инженерно-технологическая академия. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2018. – 154 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://znanium.com/catalog/product/592246> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-2673-4. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

1. Москалев, С.М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе : учебное пособие / С.М. Москалев ; Министерство сельского хозяйства РФ, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. – 101 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://znanium.com/catalog/product/592246> – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины:

1. Портал «Гуманитарное образование» <http://www.humanities.edu.ru>
2. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru>
3. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru>
4. Агентство Интернет-маркетинга - <https://texterra.ru>
5. Инструмент для оценки посещаемости сайтов и анализа поведения пользователей - <https://metrika.yandex.ru>
6. Конструктор сайтов - <http://www.setup.ru>
7. Система контекстной рекламы - <http://www.google.ru/adwords>
8. ЭБС IPR BOOKS - www.iprbookshop.ru

КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Умения:	
<ul style="list-style-type: none"> • применять методы анализа рыночной информации в виртуальной среде; • уметь применять методы интернет-маркетинга с целью повышения эффективности деятельности предприятия в конкурентной среде. 	<p>Оценка выполненных практических заданий и рефератов. Устный и письменный контроль на занятиях с применением тестов. Оценка результатов решённых типовых и ситуационных задач. Тестовый контроль знаний.</p>
Знания:	
<ul style="list-style-type: none"> • теоретические основы интернет-маркетинга (ИМ); • основы проведения исследования и анализа рыночной среды в Интернет; • основы проведения исследования и анализа рыночной среды в Интернет; • специализированные маркетинговые программные продукты; 	<p>Индивидуальный и фронтальный опрос. Оценка выполненной практической работы. Программированный контроль по тестам с закрытыми вопросами. Оценка выполненной практической работы. Тестирование с применением проблемных заданий. Оценка выполненной практической работы. Устный и письменный контроль.</p>

**КОНКРЕТИЗАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

<ul style="list-style-type: none"> ПК-10 – формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в среде Интернет; 	Кол-во час	
Компетентностно-ориентированные образовательные результаты		
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> применять методы анализа рыночной информации в виртуальной среде; уметь применять методы интернет-маркетинга с целью повышения эффективности деятельности предприятия в конкурентной среде. 	<ul style="list-style-type: none"> Виртуальное маркетинговое пространство и технологии. Интернет в маркетинге. Сформировать воронку продаж Разработать контент для серии писем по продвижению товара или услуги. Создать контент. Создать группу в "ВКонтакте" Разработка прототипов корпоративного сайта Разработать проект баннера. Представление рекламной кампании 	32
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> теоретические основы интернет-маркетинга (ИМ); основы проведения исследования и анализа рыночной среды в Интернет; основы проведения исследования и анализа рыночной среды в Интернет; специализированные маркетинговые программные продукты; 	<p>Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга. Тема 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга. Тема 3. E-mail маркетинг. Тема 4. Создание и оптимизация сайта. Тема 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа Тема 6. Управление проектами в интернет-маркетинге. Тема 7. Интернет-реклама. Тема 8. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний</p>	32
Самостоятельная работа студента		
<p>Тематика самостоятельной работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> Реферат. Развитие Интернет-маркетинга в России. Портрет интернет-аудитории Разработать стратегию лидогенерации Зарегистрироваться в системе Wix.com. Организовать рассылку. Опубликовать сайт Обновлять содержание группы, увеличивая число подписчиков. Оценить эффективность продвижения группы в соцсети. Описать один отечественный или зарубежный электронный магазин. Создать рекламную кампанию в системах контекстной рекламы 	26	

ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ОК

Название ОК	Технологии формирования ОК (на учебных занятиях)
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Предоставлять студентам возможность самостоятельно организовывать собственную деятельность, выбирать методы и способы выполнения самостоятельных работ по конкретным темам.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Предоставлять студентам возможность самостоятельно осуществлять поиск, анализ и оценку информации при выполнении самостоятельной работы.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Планирование текущего контроля своей деятельности в соответствии с заданной технологией деятельности и определенным результатом (целью) или продуктом деятельности.
ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.	Создание стандартного продукта письменной коммуникации сложной структуры при написании рефератов

ПЛАНИРОВАНИЕ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ АКТИВНЫХ И ИНТЕРАКТИВНЫХ ФОРМ И МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ

№ п/п	Тема учебного занятия	Кол-во часов	Активные и интерактивные формы и методы обучения	Формируемые ОК
1	Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга.	4	Презентации на основе современных мультимедийных средств	ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
2	Тема 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга.	4	Интерактивные лекции	ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
3	Тема 5. Маркетинг в социальных сетях	4	Разбор конкретных ситуаций	ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

**ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЁННЫХ В РАБОЧУЮ
ПРОГРАММУ**

№ изменения, дата внесения изменения; № страницы с изменением; 1.	
БЫЛО	СТАЛО
Основание:	
Подпись лица внесшего изменения	