

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ
НОВОКУЙБЫШЕВСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

446200, Самарская область, г. Новокуйбышевск, ул. Успенского, 2. Телефон: 8 (84635) 6-60-35, 6-42-54

УТВЕРЖДАЮ

Директор государственного автономного
профессионального образовательного
учреждения Самарской области
«Новокуйбышевский гуманитарно-
технологический колледж»



В.М. Земалиндинова

01 апреля 2022 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

(дополнительная общеобразовательная программа)

«Интернет-маркетинг»

(для студентов)

г. Новокуйбышевск
Самарской области

**Рабочая программа (дополнительная общеобразовательная программа)
«Интернет-маркетинг» разработана на основании:**

- Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 09.11.2018 г. № 196;
- Положения о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным образовательным программам и основным программам профессионального обучения;
 - Спецификации стандартов Ворлдскиллс по компетенции T10 Интернет-маркетинг (internet marketing);
- Требований заказчиков программы.

Руководитель МЦПК:

Баннова Наталья Викторовна

Составители программы:

Фролова Инна Геннадьевна, преподаватель.

Рецензенты программы:

Макарова Ольга Степановна, заместитель директора;

Свириденко Людмила Ивановна, старший методист.

ПАСПОРТ
дополнительной общеобразовательной программы
«Интернет-маркетинг»

Место разработки и реализации программы	государственное автономное профессиональное учреждение Самарской области «Новокуйбышевский гуманитарно-технологический колледж»
Вид программы	Дополнительная общеобразовательная программа
Подвид программы	Дополнительная общеразвивающая программа для детей и взрослых
Целевая группа	Студенты
Объем программы	32 академических часа
Сроки обучения	8 недель
Форма обучения	Очная
Требования к уровню образования	Не установлено
Аннотация	<p>Курс предназначен для студентов, которые хотят расширить знания и отработать практические навыки работы таргетолога.</p> <p>Участие в учебном процессе – возможность совершенствования своих способностей в сфере интернет-маркетинга.</p> <p>Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована на курсах повышения квалификации, подготовки и переподготовки на базе основного общего, среднего (полного) общего образования и профессионального обучения без учета стажа работы, должности и типа предприятия.</p> <p>В перспективе эти знания и навыки могут пригодиться при выборе места работы и трудоустройстве.</p>
Форма итоговой аттестации	Зачет
Документ об окончании	Сертификат установленного образца
Стоимость программы для физических лиц	2 000,00 рублей

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа разработана в рамках национального проекта «Образование».

Программа направлена на:

- удовлетворение индивидуальных потребностей слушателей в освоении практических навыков ведения проектов в социальных сетях;
- социализацию и адаптацию слушателей к жизни в обществе;
- формирование у слушателей более целостного представления о современных интернет-профессиях и специальностях;
- создание и обеспечение условий для личностного развития, профессионального самоопределения и творческого труда слушателей.

Цель реализации программы

Формирование у слушателей устойчивого познавательного интереса к интернет-профессиям и специальностям. Создание и обеспечение условий для удовлетворения личностных потребностей, направленных на освоение и совершенствование практических навыков в сфере интернет-маркетинга.

Базовые знания и навыки

К моменту запуска программы слушатель должен владеть минимальным набором базовых знаний и элементарных практических навыков в сфере интернет-маркетинга, а именно:

слушатель должен знать (иметь элементарное представление):

- современные интернет -профессии и специальности;
- основные правила безопасного поведения при работе с компьютерной техникой.

слушатель должен уметь:

- пользоваться компьютерной техникой;
- пользоваться программами, входящими в пакет Microsoft Office;
- пользоваться поисковыми системами в сети Internet.

Планируемые результаты обучения

В результате освоения программы слушатели приобретают дополнительные знания, умения и практические навыки работы в сфере интернет-маркетинга.

слушатель должен знать:

- основные термины и понятия интернет-маркетинга;
- маркетинговые стратегии;
- правила оформления отчетной документации и ведения деловой переписки;
- основные особенности и отличия каналов интернет-маркетинга;

- процесс определения и сегментации целевой аудитории;
- основные особенности уникального торгового предложения.

слушатель должен уметь:

- составлять информационно-аналитические справки;
- разрабатывать стратегию для социальных сетей;
- писать контент-план;
- писать тексты для рекламных модулей, постов, лендингов, лонгридов, e-mail рассылок;
- определять целевую аудиторию для проектов;
- анализировать статистику, охват и вовлечение подписчиков в социальных сетях.

Итоговая аттестация

Стартовая аттестация: проводится в форме анкетирования с целью выявления уровня владения базовыми навыками.

Промежуточная аттестация: по результатам выполнения практических заданий.

Итоговая аттестация: проводится в форме зачета по результатам выполнения практического задания. Процесс сопровождается фото- и видеосъемкой. В аттестационную комиссию входят преподаватели и студенты колледжа (участники чемпионатов ВСП), представители заказчиков программы, а также родственники слушателей как независимые эксперты.

Особенности реализации программы

Занятия в рамках реализации программы проводятся в групповой форме. Режим занятий – 2 раза в неделю по 2 академических часа.

Количественный состав группы – от 10 до 12 человек.

I. УЧЕБНЫЙ ПЛАН
дополнительной общеобразовательной программы
«Интернет-маркетинг»

№	Наименование разделов	Всего часов	в том числе	
			ЛЗ	ПЗ
1	Основы интернет-маркетинга.	3	3	-
2	Инструменты интернет-маркетинга.	27	9	18
3	Итоговая аттестация (зачет)	2	-	2
	ВСЕГО:	32	12	20

II. УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
дополнительной общеобразовательной программы
«Интернет-маркетинг»

№	Наименование разделов, тем	Всего часов	в том числе	
			ЛЗ	ПЗ
1	Основы интернет-маркетинга.	3	3	-
1.1	Введение в Интернет-маркетинг.	2	2	-
1.2	Стандарт Worldskilds по компетенции T10 Интернет-маркетинг (internet marketing)	1	1	-
2	Инструменты интернет-маркетинга.	27	9	18
2.1	Каналы Интернет-маркетинга.	3	1	2
2.2	Уникальное торговое предложение	3	1	2
2.3	Стратегии маркетинга.	3	1	2
2.4	Анализ целевой аудитории.	3	1	2
2.5	SMM-стратегия.	6	2	4
2.6	Контент-план.	2	1	1
2.7	Email-рассылки.	3	1	2
2.8	Лендинг. Лонгрид.	4	1	3
3	Итоговая аттестация (зачет)	2	-	2
	ВСЕГО:	32	12	20

III. УЧЕБНЫЙ ГРАФИК
дополнительной общеобразовательной программы
«Интернет-маркетинг»

Период	Наименование темы занятия	Форма занятия	Всего часов
1 неделя	Понятие Интернет-маркетинга.	Лекция	1
	Цели, задачи и основные подходы Интернет-маркетинга.	Лекция	1
	Описание профессиональной компетенции Т10 Интернет-маркетинг (internet marketing).	ЛЗ	1
	Каналы Интернет-маркетинга. Площадка для приземления трафика Целевые действия.	ЛЗ	1
2 неделя	Определение целевых действий.	ПЗ	2
	Понятие уникального торгового предложения (УТП) Виды УТП. Формулы, для создания УТП. Маркетинговые стратегии. Виды стратегий. Факторы, влияющие на маркетинговые стратегии.	ЛЗ	2
3 неделя	Формулировка УТП, с использованием формул.	ПЗ	2
	Разработка плана маркетинговой стратегии.	ПЗ	2
4 неделя	Понятие целевой аудитории. Сегментирование целевой аудитории. Методика проведения анализа целевой аудитории. Цели, задачи и структура контент-плана. Порядок составления контент-плана.	ЛЗ	2
	Анализ целевой аудитории.	ПЗ	2
5 неделя	Цели, задачи и структура SMM-стратегии. Типы постов, их формат и содержание. Рубрикатор и правила размещения постов.	ЛЗ	2
	Составление рубрикатора по заданной теме.	ПЗ	2
6 неделя	Написание постов, в соответствии с рубрикатором	ПЗ	2
	Составление контент-плана по заданной теме.	ПЗ	1
	Понятие email-рассылки, правила написания, раскрываемость рассылок. Структура email-рассылки. Стоп-слова. Виды рассылок, с точки зрения контента.	ЛЗ	1

	Составление рассылок по заданной теме.	ПЗ	2
7 неделя	Понятие, цели, задачи лендинга. Продающие тексты для лендинга. Принципы и правила написания продающих текстов. Дизайн лендинга. Понятие, содержание и правила оформления лонгрида.	ЛЗ	2
8 неделя	Разработка витрины лендинга.	ПЗ	2
	Итоговая аттестация (зачет)	ПЗ	2
		ВСЕГО:	32

IV. СОДЕРЖАНИЕ

1. ОСНОВЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА.

Тема 1. Введение в Интернет-маркетинг.

Понятие Интернет-маркетинга. Цели, задачи и основные подходы Интернет-маркетинга. История развития компетенции WS Интернет-маркетинг (internet marketing).

Тема 2. Стандарт Worldskilds по компетенции T10 Интернет-маркетинг (internet marketing).

Описание профессиональной компетенции T10 Интернет-маркетинг (internet marketing). Функциональная карта вида профессиональной деятельности. Краткая характеристика обобщенных трудовых функций.

2. ИНСТРУМЕНТЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА.

Тема 3. Каналы Интернет-маркетинга.

Каналы Интернет-маркетинга. Площадка для приземления трафика. Целевые действия. Определение целевых действий.

Тема 4. Уникальное торговое предложение.

Понятие уникального торгового предложения (УТП). Виды УТП. Формулы, для создания УТП. Формулировка УТП, с использованием формул.

Тема 5. Стратегии маркетинга.

Маркетинговые стратегии. Виды стратегий. Факторы, влияющие на маркетинговые стратегии. Разработка плана маркетинговой стратегии.

Тема 6. Анализ целевой аудитории.

Понятие целевой аудитории. Сегментирование целевой аудитории. Методика проведения анализа целевой аудитории. Анализ целевой аудитории.

Тема 7. SMM-стратегия.

Цели, задачи и структура SMM-стратегии. Типы постов, их формат и содержание. Рубрикатор и правила размещения постов. Составление рубрикатора по заданной теме. Написание постов, в соответствии с рубрикатором.

Тема 8. Контент-план.

Цели, задачи и структура контент-плана. Порядок составления контент-плана. Составление контент-плана по заданной теме.

Тема 9. Email-рассылки.

Понятие email-рассылки, правила написания, раскрываемость рассылок. Структура email-рассылки. Стоп-слова. Виды рассылок, с точки зрения контента. Составление рассылок по заданной теме.

Тема 10. Лендинг. Лонгрид.

Понятие, цели, задачи лендинга. Продающие тексты для лендинга. Принципы и правила написания продающих текстов. Дизайн лендинга. Понятие, содержание и правила оформления лонгрида. Разработка витрины лендинга.

3. ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ (зачет).

V. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Материально-технические условия:

- Учебные аудитории: лаборатория Бухгалтерского учета.
- компьютеры с лицензионным программным обеспечением с выходом в Internet;
- мультимедийный проектор;
- принтер;
- интерактивная доска.

Учебно-методическое обеспечение:

- Печатные раздаточные материалы:
Рабочая тетрадь «Интернет-маркетинг»