



**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»**

---

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **ОП.07. Интернет-маркетинг**

*для профессии 54.01.20 Графический дизайнер*

Якутск, 2023

СОГЛАСОВАНО  
на заседании Педагогического совета  
Протокол № 1 от « 28 » июня 2023 г.

УТВЕРЖДАЮ  
Директор АНО СПО «Цифровой  
колледж «Синергия»  
\_\_\_\_\_ С.Н.Семенов  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 г.

Рабочая программа дисциплины ОП.07. Интернет-маркетинг разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по профессии 54.01.20 Графический дизайнер, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 9.12.2016 г. № 1543

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:  
Сидорова А.Ю., зам.директора по УВР

## **СОДЕРЖАНИЕ**

1. Паспорт рабочей программы дисциплины	4
2. Структура и содержание дисциплины	6
3. Условия реализации рабочей программы дисциплины	11
4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины	14

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## ОП.07. ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

### 1.1. Область применения программы

Рабочая программа дисциплины ОП.07. Интернет-маркетинг является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программа подготовки квалифицированных рабочих, служащих по профессии 54.01.20 Графический дизайнер, входящей в состав укрупненной группы профессий 54.00.00 *Изобразительное и прикладные виды искусств*.

### 1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина ОП.07. Интернет-маркетинг является общепрофессиональной дисциплиной профессионального учебного цикла из часов вариативной части.

### 1.3. Требования к результатам освоения дисциплины:

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

У<sub>1</sub> - классифицировать и типизировать вербальные формы рекламы;

У<sub>2</sub> - моделировать рекламные сообщения в соответствии с концепцией рекламной кампании;

**знать:**

З<sub>1</sub> - технологии работы с рекламной информацией;

З<sub>2</sub> – особенности рекламных текстов;

З<sub>3</sub> – элементы психологического воздействия рекламных текстов;

З<sub>4</sub> – структуру копирайтинга как профессиональной деятельности;

С целью овладения **общими компетенциями (ОК):**

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.

ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.

**и профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 4.1. Анализировать современные тенденции в области графического дизайна для их адаптации и использования в своей профессиональной деятельности.

ПК 4.3. Разрабатывать предложения по использованию новых технологий в целях повышения качества создания дизайн-продуктов и обслуживания заказчиков.

#### **1.4. Количество часов на освоение рабочей программы дисциплины:**

Объем дисциплины – 82 часа,

в том числе

в форме практической подготовки – 26 часов

включает:

объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем – 72 часа, в том числе

практические занятия – 26 часов;

самостоятельная работа обучающегося – 4 часа

промежуточная аттестация – 6 часов

Обязательная часть рабочей программы составляет – 00 часов, вариативная часть – 82 часа.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Объем дисциплины (всего)</b>	<b>82</b>
<i>в том числе:</i>	
в форме практической подготовки	26
<b>Объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем</b>	<b>72</b>
<i>в том числе:</i>	
практические занятия	26
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>4</b>
<i>в том числе:</i>	
подготовка к промежуточной аттестации	4
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>6</b>

### 2.2. Формы промежуточной аттестации

7 семестр – контрольная работа

8 семестр – экзамен

### 2.3. Тематический план и содержание дисциплины ОП.07. Интернет-маркетинг

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	В т.ч. практической подготовки	Формируемые компетенции	
<b>Раздел 1. Контент-менеджмент</b>		<b>18</b>	<b>6</b>		
Тема 1.1. Веб-райтинг	<i>Содержание учебного материала</i>	<i>18</i>	<i>6</i>		
	1	Веб-райтинг, копирайтинг. Жанры веб-журналистики. Пресс-релизы, статьи, комментарии. Правила написания текстов для веб-сайтов.	2		ОК 01 - ОК 03, ОК 05, ПК 4.1
	2	Программы и сервисы в помощь контент-менеджеру. Правописание. MS Word. Подсчёт символов в документе. Проверка уникальности текстов. Семантический анализ текста	2		
	<b>Практические занятия</b>		<b>2</b>		
	3	<b>Практическое занятие № 1.</b> Выбрать в Интернете любой блог и написать комментарий (пост) к авторскому тексту		2	
	4	Продающие тексты. Нюансы написания продающего текста. Распространенная ошибка копирайтеров. Схемы написания продающих текстов	2		ОК 01, ОК 05, ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.3
	<b>Практические занятия</b>		<b>2</b>		
	5	<b>Практическое занятие № 2.</b> Составление продающего текста, рекламирующего ваши услуги как профессионального контент-менеджера, готового заниматься наполнением сайтов «под ключ»		2	
	6	Обработка графики для сайтов. Графический контент в текстах для сайта. Графический контент для интернет-магазинов. Графический контент для продающих текстов.	2		ОК 01 - ОК 03, ОК 05, ПК 4.1
	<b>Практические занятия</b>		<b>2</b>		
7	<b>Практическое занятие № 3.</b> Создать публичную страницу и наполнить контентом. Тематика любая или воспользуйтесь популярными темами: рецепты, спорт, туризм, юмор, психология, игры.		2	ОК 01, ОК 05, ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.3	
8	Фотохостинг. Программы и сервисы для обработки графических изображений. Программы для создания скриншотов.	2		ОК 01 - ОК 03, ОК 05, ПК 4.1	

	9	Рерайтинг и реферирование текста. Общее и различие. Плагиат	2		
<b>Раздел 2. Организация командной работы по продвижению продукта в сети Интернет</b>			<b>14</b>	<b>2</b>	
Тема 2.1 Интернет-маркетинг в современных условиях	<i>Содержание учебного материала</i>		6		
	1	Понятие комплекса маркетинга продукта. Понятие Интернет-маркетинга. Цели, задачи и основные подходы Интернет-маркетинга. Принципы и методы Интернет-маркетинга. Специфика мероприятий Интернет-маркетинга в России Удаленная работа	2		ОК 01 - ОК 03, ОК 05, ПК 4.1
	2	Персонализация компании в маркетинге. Методы рекламы в сети Интернет. Правила подбора слов, составления текстов объявлений, выбора целевых страниц, показа объявлений с точки зрения психологии восприятия потребителем.	2		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		<b>2</b>		ОК 01 – ОК 03, ПК 4.1, ПК 4.3
	Описание специфики мероприятий Интернет-маркетинга в России				
Тема 2.2. Командообразование	<i>Содержание учебного материала</i>		8		
	1	Принципы и методы организации труда в команде. Методы контроля и управления командой на рабочем месте.	2		ОК 01 - ОК 03, ОК 05, ПК 4.1
	2	Принципы и методы организации труда в команде. Оценка профессиональных навыков и умений участников команды			
	<b>Практические занятия</b>		<b>2</b>	2	ОК 01, ОК 05, ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.3
	3	<b>Практическое занятие № 4.</b> Организация выполнения совместного задания в действующем коллективе			
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		<b>2</b>		ОК 01 – ОК 03, ПК 4.1, ПК 4.3
Составить ролевую характеристику действующего коллектива					
	<b>Контрольная работа</b>		<b>2</b>		
<b>Раздел 3. Выполнение комплекса работ по продвижению</b>			<b>42</b>	<b>18</b>	



<b>продукта в сети Интернет</b>				
Тема 3.1. Размещение контекстно - медийных объявлений в системах Интернет - рекламы	<i>Содержание учебного материала</i>		8	
	1	Оценка мест размещения контекстно-медийных рекламных объявлений с точки зрения их соответствия целям рекламной кампании	2	
	2	Размещение текстовых рекламных объявлений в контекстно-медийной системе интернет-рекламы Размещение медийных рекламных объявлений в контекстно-медийной системе интернет-рекламы	2	
	<b>Практические занятия</b>		<b>4</b>	4
3-4	<b>Практическое занятие № 5.</b> Составление сравнительной оценки места размещения рекламных объявлений (на 4 примере 5-6 маркетинговых сайтов)			ОК 01 - ОК 03, ОК 05, ПК 4.1.4
Тема 3.2. Управление стоимостью перехода пользователя с рекламной площадки контекстно - медийной системы	<i>Содержание учебного материала</i>		10	
	1	Оценка стоимости перехода пользователя с рекламной площадки контекстно-медийной системы на сайты конкурентов	2	
	2	Сравнение текущей стоимости перехода на рекламируемый сайт с планируемой	2	
	3	Изменение стоимости перехода на рекламируемый сайт с рекламной площадки контекстно-медийной системы	2	
	<b>Практические занятия</b>		<b>4</b>	4
4-5	<b>Практическое занятие № 6.</b> Расчет примерной стоимости перехода пользователя с одной площадки на другую			ОК 01 - ОК 03, ОК 05, ПК 4.1
Тема 3.3. Подбор социально - медийных площадок для продвижения	<i>Содержание учебного материала</i>		8	
	1	Составление списка социально-медийных площадок	2	
	2	Оценка соответствия тематики продвигаемого ресурса и социально-медийной площадки	2	
	<b>Практические занятия</b>		<b>4</b>	4
3-4	<b>Практическое занятие № 7.</b> Составление списка социально-медийных площадок для продвижения и анализ соответствия тематики продвигаемого ресурса и социально-медийной площадки			ОК 01, ОК 05, ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.3
Тема 3.4. Управление коммуникациями в	<i>Содержание учебного материала</i>		10	
	1	Регистрация и оформление сообществ в социальных сетях	2	
	2	Размещение информационных сообщений в социальных интернет-	2	
				ОК 01 - ОК 03,

социальных Интернет - медиа		медиа			ОК 05, ПК 4.1
	3	Реагирование на вопросы и комментарии участников сообществ в социальных медиа	2		
	<b>Практические занятия</b>		<b>4</b>	4	ОК 01, ОК 05, ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.3
4-5	<b>Практическое занятие № 8.</b> Анализ возможности размещения информационных сообщений в социальных интернет-медиа (на примере нескольких социальных сетей)				
Тема 3.5. Размещение рекламных объявлений в социальных интернет -медиа	<i>Содержание учебного материала</i>		6		
	1	Оценка мест размещения контекстно-медийных рекламных объявлений с точки зрения их соответствия целям рекламной кампании	2		ОК 01 - ОК 03, ОК 05, ПК 4.1
	2	Размещение текстовых рекламных объявлений в интернет-медиа	2		
	<b>Практические занятия</b>		<b>2</b>	2	ОК 01, ОК 05, ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.3
	3	<b>Практическое занятие № 9.</b> Оценка правильности мест размещения контекстно-медийных рекламных объявлений для конкретной рекламной кампании на примере одного из Интернет -магазинов			
			<b>Экзамен</b>	<b>6</b>	
			<b>ВСЕГО:</b>	<b>82</b>	<b>26</b>

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3.1. Материально-техническое обеспечение**

Реализация рабочей программы дисциплины проходит в лаборатории компьютерного дизайна и компьютерной графики.

*Оборудование лаборатории:*

- посадочные места по количеству обучающихся;
- персональные компьютеры для обучающихся;
- проектор, экран;
- маркерная доска;
- рабочее место преподавателя – АРМ преподавателя;
- принтер.

#### **3.2. Учебно-методическое обеспечение**

По дисциплине ОП.07. Интернет-маркетинг разработана учебно-методическая документация:

- рабочая программа дисциплины;
- фонд оценочных средств;
- методические указания по выполнению заданий на практических занятиях;
- методические указания по выполнению самостоятельной работы.

#### **3.3. Информационное обеспечение обучения**

**Учебная литература:**

1. Технология интернет-маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520553> (дата обращения: 29.06.2023).

**Дополнительные источники:**

1. Ежова Е. Н. Лингвистика рекламного текста: монография / Е. Н. Ежова. - Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 211 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/92555.html>

2. Копирайтинг: учебное пособие / Авт.- сост. Костюк Е.Б. - СПб.: СПб ГТУРП, 2015. - 95 с. - Режим доступа: <http://www.nizrp.narod.rU/metod/kpromdes/9.pdf>

3. Кузнецов П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / П. А. Кузнецов. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, 2018. — 132 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85382.html>

4. Литунов С. Н. Основы печатных процессов: учебное пособие / С. Н. Литунов, Е. Н. Гусак. — Омск: Омский государственный технический университет, 2019. — 166 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/78504.html>

5. Луговой Д. Б. Копирайтинг: учебное пособие / Д. Б. Луговой. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2019. — 131 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75579.html>

6. Нархов Д. Ю. Реклама: управленческий аспект: учебное пособие / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова; науч. ред. И. Б. Серова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал, федер. ун-т. - Екатеринбург: Изд-во Урал, ун-та, 2015. - 264 с. - Режим доступа: <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/31740/1/978-5-7996-1434-8.pdf>

7. Стрельцова, М.В., Поцелуева О.Н. Как написать научную статью: методические рекомендации по обобщению педагогического опыта и представлению результатов научных исследований — п. Рассвет: Изд-во АДЕККК, 2015. — 31 с. - Режим доступа: [https://adekkk.mil.ru/upload/sitel5/document\\_file/strelcova\\_mvpoceleuevaonnapisatnauchnujst.pdf](https://adekkk.mil.ru/upload/sitel5/document_file/strelcova_mvpoceleuevaonnapisatnauchnujst.pdf)

#### **Периодические издания:**

1. Былкова С. В. Тексты коммерческой рекламы: лингвистические приёмы эффективного воздействия / С. В. Былкова, Ю. Н. Носова // Молодой ученый. — № 28.1 (132.1). — 2016. — С. 3-6. — Режим доступа: <https://moluch.conf/law/archive/132/36774>

2. Демченко С. В. Фриланс как форма самостоятельной занятости / С. В. Демченко // Актуальные проблемы права: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Москва, ноябрь 2015 г.). — М.: Буки-Веди, 2015. — С. 184-186. — Режим доступа: <https://moluch.ru/conf/law/archive/179/9047>

3. Питимирова Н. Е. Особенности текста научного стиля / Н. Е. Питимирова // Молодой ученый. — № 7 (87). — 2015. — С. 987-989. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/87/16950> 4. Сохова И. Б. Рекламный заголовок и его функции / И. Б. Сохова // Молодой ученый. — № 52 (238). — 2018. — С. 178-179. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/238/55281>

5. Юдина С. В. Исследование современной SEO-компании / С. В. Юдина // Молодой ученый. — № 14 (252). — 2019. — С. 5-7. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/252/57920>

### **Интернет-ресурсы:**

1. Информационный блог «Kopiraitery». - Режим доступа:  
<https://kopiraitery.ru>
2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». - Режим доступа:  
<https://cyberleninka.ru>
3. Научная электронная библиотека «eLIBRARY». - Режим доступа:  
<https://elibrary.ru>
4. Научный журнал «Молодой ученый». - Режим доступа:  
<https://moluch.ru>

## 4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе текущего контроля знаний, проверки выполнения заданий практических занятий и самостоятельной работы, а также по результатам промежуточной аттестации.

Оценка качества подготовки обучающихся осуществляется через оценку знаний, умений по дисциплине и оценку сформированности компетенций.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения	
	Текущий контроль	Промежуточная аттестация
<b>уметь:</b>		
У <sub>1</sub> - классифицировать и типизировать вербальные формы рекламы;	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - оценка выполнения самостоятельной работы	- контрольная работа - экзамен
У <sub>2</sub> - моделировать рекламные сообщения в соответствии с концепцией рекламной кампании		
<b>знать:</b>		
З <sub>1</sub> - технологии работы с рекламной информацией;	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - оценка участия обучающегося в беседе; - устный опрос; - оценка выполнения заданий самостоятельной работы	- контрольная работа - экзамен
З <sub>2</sub> – особенности рекламных текстов;		
З <sub>3</sub> – элементы психологического воздействия рекламных текстов;		
З <sub>4</sub> – структуру копирайтинга как профессиональной деятельности;		

Оценка *общих компетенций (ОК)*:

Результат (общие компетенции)	Основные показатели
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения

	- создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок</li> <li>- ответственно выполняет разовые/ постоянные поручения в группе</li> <li>- может спрогнозировать результат</li> <li>- умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их</li> </ul>
ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами	<ul style="list-style-type: none"> <li>- устанавливает позитивный стиль общения</li> <li>- выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией</li> <li>- признает чужое мнение</li> <li>- при необходимости отстаивает собственное мнение</li> <li>- принимает критику</li> <li>- ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами</li> <li>- соблюдает официальный стиль при оформлении документов</li> <li>- выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя</li> <li>- способен к эмпатии</li> <li>- организует коллективное обсуждение рабочей ситуации</li> </ul>
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста	<ul style="list-style-type: none"> <li>- умеет передавать информацию другому человеку</li> <li>- способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах</li> <li>- способен оценить уровень своих знаний по дисциплине</li> </ul>
ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях</li> <li>- извлекает информацию с электронных носителей</li> <li>- использует средства ИТ для обработки и хранения информации</li> <li>- представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения</li> <li>- создает презентации в различных формах</li> </ul>

*Оценка профессиональных компетенций (ПК)* происходит через освоенные знания и умения.

Критерии и методы оценки освоения дисциплины отражены в фонде оценочных средств.

