

Утверждаю

Директор

должность руководителя ОУ

Государственного бюджетного

профессионального образовательного

учреждения Иркутской области

«Братский политехнический

колледж»

(ГБПОУ ИО «БрПК»)

наименование образовательного учреждения

(в соответствии с уставом ОУ)



Личная подпись

А.Э.Ишкова / А.Э.Ишкова

А.Э.Ишкова

«06» сентября 2019 г.

М.П.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА

Государственного бюджетного профессионального

образовательного учреждения Иркутской области

«Братский политехнический колледж»

(ГБПОУ ИО «БрПК»)

наименование образовательного учреждения

по программе повышения квалификации

Интернет-маркетинг

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	2
1.1. Нормативно-правовая основа разработки дополнительной профессиональной программы	2
1.2. Цель реализации программы. Планируемые результаты обучения	4
1.3. Организационно-педагогические условия, формы аттестации	4
1.4. Учебный план	5
1.5. Календарный учебный график	6
2. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ	8
3. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ	26
4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ	

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
к дополнительной профессиональной программе
по программе повышения квалификации
Интернет-маркетинг

Программа повышения квалификации «Интернет-маркетинг» представляет собой комплект документов, разработанных и утвержденных Государственным бюджетным профессиональным образовательным учреждением Иркутской области «Братский политехнический колледж» с учетом потребностей регионального рынка труда, требований федеральных органов исполнительной власти и соответствующих отраслевых требований, на основе профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу» утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации № 95н от 19.02.2019 г. зарегистрирован Министерством юстиции № 54645 от 16.05.2019. В результате анализа функциональной карты вида профессиональной деятельности была определена трудовая функция, результат работы представлен в таблице 1.

Таблица 1.- Связь дополнительной профессиональной программы с профессиональным стандартам

Наименование программы	Наименование выбранного профессионального стандарта, трудовая функция.	Уровень квалификации трудовой функции
«Интернет-маркетинг»	«Специалист по интернет-маркетингу» Трудовая функция: Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы.	4

Программа регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки слушателя по данной программе и включает в себя: учебный план, программу курса, календарный учебный график, а так же оценочные и методические материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся.

1.1. Нормативно-правовую базу программы составляют:

- Закон об образовании в Российской Федерации от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ;
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам, утвержденный Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. № 499, зарегистрированного Министерством юстиции Российской

Федерации 20 августа 2013 г. Регистрационный № 29444 (В ред. Приказа Минобрнауки России от 15.11.2013 № 1244);

- Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих, утвержденный Постановлением Минтруда РФ от 21 августа 1998 г. N 37 (в ред. Постановлений Минтруда России от 21.01.2000 N 7, от 04.08.2000 N 57, от 20.04.2001 N 35, от 31.05.2002 N 38, от 20.06.2002 N 44, от 28.07.2003 N 59, от 12.11.2003 N 75, Приказов Минздравсоцразвития России от 25.07.2005 N 461, от 07.11.2006 N 749, от 17.09.2007 N 605, от 29.04.2008 N 200, от 14.03.2011 N 194, Приказов Минтруда России от 15.05.2013 N 205, от 12.02.2014 N 96)

- Постановление Правительства Российской Федерации от 15 августа 2013 г. № 706 «Об утверждении правил оказания платных образовательных услуг

- Приказ Минтруда России от 12 апреля 2013 г. № 148н «Об утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов»

- Приказ Минтруда России от 29 апреля 2013 г. № 170-н «Об утверждении методических рекомендаций по разработке профессионального стандарта»

- Методические рекомендации-разъяснения по разработке дополнительных профессиональных программ на основе профессиональных стандартов, письмо Министерства образования и науки Российской Федерации от 22 апреля 2015 г. № ВК-1032/06.

- Устав образовательного учреждения.

Учебный план составлен в соответствии с «Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам», утвержденный Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. № 499, и современными требованиями, обусловленными необходимостью перехода на качественно новый уровень подготовки специалистов, обеспечивающих их мобильность, социальную защищенность, конкурентоспособность на рынке труда города Братска и региона.

Программа «Интернет-маркетинг» ориентирована на расширение знаний обучающихся по теме «Интернет-маркетинг», проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», изучение различных видов интернет-рекламы, размещение рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и анализ поведения посетителей веб-сайта.

Актуальность программы обусловлена развитием цифровизации и сети Интернет. Специальность «Интернет-маркетолог» на сегодняшний день весьма востребована, так как без эффективной рекламы развитие

бизнеса затруднительно. Данному специалисту важно уметь грамотно использовать рекламные механизмы, таргетинг, ориентируясь не на всех пользователей сети Интернет, а на целевую аудиторию.

1.2. Цель реализации программы. Планируемые результаты обучения:

Целью программы является освоение следующих профессиональных компетенций:

Профессиональные компетенции	Практический опыт	Умения	Знания
1	2	3	4
ПК 1. Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы.	Оценка мест размещения контекстно-медийных рекламных объявлений с точки зрения их соответствия целям рекламной кампании. Размещение текстовых рекламных объявлений в контекстно-медийной системе. Размещение медийных рекламных объявлений в контекстно-медийной системе.	Использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы. Группировать объявления по темам и направлениям. Контролировать места размещения контекстно-медийной рекламы	Основы контекстно-медийной рекламы в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". Системы размещения контекстно-медийной рекламы. Особенности размещения контекстно-медийных объявлений в системах контекстно-медийной рекламы. Основы компьютерной грамотности. Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов. Методы обработки текстовой и графической информации

1.3. Организационно-педагогические условия, формы аттестации:

Программа обеспечена учебно-методической документацией и материалами по всем учебным курсам. Педагогические сотрудники формируют и хранят в кабинетах и лабораториях учебно-методические комплексы по каждому учебному курсу.

Колледж обеспечивает возможность доступа студентов к новой учебной и методической литературе по информационным курсам в читальном зале библиотеки.

В колледже обеспечена возможность выхода в информационные сети через Интернет. Для реализации программы учебного курса в колледже оборудованы компьютерные классы. Самостоятельное обучение происходит на основе дистанционных технологий через сайт <http://sibaria-colledge.ru>.

Продолжительность занятий – 45 минут. Занятия проводятся парами. Между уроками пары перерыв 5 минут. Между парами перерыв 10 минут.

Контроль и оценка результатов освоения учебного курса, осуществляется преподавателями в процессе проведения устных опросов, практических занятий, лабораторных занятий. Текущий контроль по учебным курсам проводится в пределах учебного времени, как традиционными, так и инновационными методами, включая информационные технологии. Система оценок – пятибалльная. При освоении учебных курсов предусматривается проведение промежуточной аттестации в форме практической работы.

После завершения освоения программы итоговая аттестация проводится в форме дифференцированного зачета.

1.4. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по дополнительной профессиональной программе
(программа повышения квалификации)

Интернет-маркетинг

Индекс	Наименование учебного курса	Учебная нагрузка обучающихся (час.)				
		Формы промежуточной аттестации* ¹	максимальная	самостоятельная учебная работа	Обязательная аудиторная	
					всего занятий	в т. ч. лаб. и практ. занятий
1	2		3	4	5	6
1	Введение в интернет-маркетинг. Интернет реклама.	Практическая работа	21	5	16	4
2	Маркетинг в социальных сетях.	Практическая работа	26	4	22	8
3	Стратегия, планирование в Интернет маркетинге	Практическая работа	23	3	20	8
4	Итоговая аттестация Дифференцированный зачет		2	-	-	-
Всего			72	36	36	20

¹ *Промежуточная аттестация проводится за счет времени учебного курса

1.5 Календарный учебный график
по дополнительной профессиональной программе
(программа повышения квалификации)

«Интернет- маркетинг»

	Наименование учебного курса	Виды учебной нагрузки	Недели								Всего часов
			1	2	3	4	5	6	7	8	
1	Введение в интернет-маркетинг. Интернет реклама.	обяз.уч									
		сам.р.с.									
2	Маркетинг в социальных сетях.	обяз.уч									
		сам.р.с.									
3	Стратегия, планирование в Интернет маркетинге	обяз.уч.									
		сам.раб.с.									
4	Дифференцированный зачет	Итоговая аттестация									
Всего часов в неделю самостоятельной работы студентов											
Всего часов в неделю											

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОГО КУРСА

«Введение в интернет- маркетинг. Интернет реклама»

Программа учебной учебногo курса разработана на основе примерной программы дополнительного профессионального образования «Введение в интернет- маркетинг. Интернет реклама.»

код и наименование примерной программы учебной учебногo курса

Организация-разработчик: ГБПОУ ИО «Братский политехнический колледж».

Разработчик: Пантюхова О.В.
Ф.И.О., ученая степень, звание, должность

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ УЧЕБНОГО КУРСА	стр. 11
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО КУРСА	11
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО КУРСА	13
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОГО КУРСА	13

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО КУРСА

«Введение в интернет- маркетинг. Интернет реклама»

1.1. Область применения программы

Настоящая дополнительная образовательная программа предназначена для освоения технологии и расширения знаний в области маркетинга, рекламной деятельности.

1.2. Цели и задачи учебной учебногo курса – требования к результатам освоения учебногo курса:

ПК 1. Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы.

В результате освоения учебногo курса обучающийся должен уметь:

- Давать оценку уровня конкуренции при поисковой оптимизации.
- Проводить анализ коммерческого потенциала посетителя.

В результате освоения учебногo курса обучающийся должен знать:

- Основы интернет-маркетинга.
- Анонсирование в поисковых системах и поисковая оптимизация.
- Виды интернет-рекламы.
- Понятие и принципы вирусного маркетинга.
- Вирусный маркетинг и соблюдение прав пользователей на частную жизнь.

1.3. Количество часов на освоение программы учебной учебногo курса: максимальной учебной нагрузки обучающихся 21 часа, в том числе:

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО КУРСА

2.1. Объем учебногo курса и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	21
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	16
в том числе:	
Практические работы	4
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	5

2.2. Тематический план и содержание учебного курса «Введение в интернет- маркетинг. Интернет реклама»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов
1	2	3
Раздел 1. Введение в интернет-маркетинг	Содержание учебного материала	6
	Понятие и структура интернет-маркетинга и интернет-рекламы Анонсирование в поисковых системах и поисковая оптимизация.	2
	Содержание учебного материала	2
	Понятие и цели поисковой оптимизации	
	Самостоятельная работа Составление конспекта на тему: «Методы поисковой оптимизации»	2
Раздел 2 Баннерная реклама	Содержание учебного материала	3
	Понятие баннерной рекламы. Технологии баннерной рекламы. Практика использования баннерной рекламы. Достоинства и недостатки баннерного обмена. Эффект выгорания баннерной рекламы. Повышение эффективности баннерной рекламы	2
	Самостоятельная работа Наиболее популярные форматы и размеры баннеров	1
Раздел 3 Контекстная реклама	Содержание учебного материала	5
	Контекстная и поисковая реклама. Участие в рейтингах и регистрации в каталогах. Обмен ссылками. Профайлинг и персонализация в интернет- рекламе	2
	Практическое занятие Оценка уровня конкуренции при поисковой оптимизации. Анализ коммерческого потенциала посетителя	2
	Самостоятельная работа обучающихся Составление схемы: «Достоинства и недостатки Контекстная рекламы»	1
Раздел 4 Email-маркетинг	Содержание учебного материала	7
	E-mail реклама. Основные понятия и преимущества e-mail рекламы. Индивидуальные письма. Списки рассылки.	2
	Содержание учебного материала	
	Дискуссионные листы. Спам. Понятие и принципы вирусного маркетинга. Вирусный маркетинг и соблюдение прав пользователей на частную жизнь.	2
	Самостоятельная работа обучающихся Доклад на тему: «Спонсорские программы и другие направления использования методов вирусного маркетинга».	1
	Практическая работа по курсу «Введение в интернет- маркетинг. Интернет реклама»	2
Всего:		21

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО КУРСА

3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация программы учебной учебного курса требует наличия учебного кабинета, совмещенного с лабораторией вычислительной техники, № 302, 411

Оборудование учебного кабинета:

15 ПК Pentium, комплект программ, проектор экран.

Технические средства обучения: Мультимедиапроектор, иллюстративный материал на электронных носителях, компьютерная техника

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1.Ляхович В.Ф. Основы информатики: Учебник для студентов СПО /В.Ф. Ляхович, В.А. Молодцов, Н.Б. Рыжикова. - 1-е изд. – М.: КНОРУС, 2016

2. Грибов В.Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга: Учебное пособие для СПО / В.Д. Грибов. — М.: КноРус, 2018. — 224 с. (ЭБ)

3.Пястолов С.М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга. Практикум. Учебно-практическое пособие / С.М. Пястолов. — М.: КноРус, 2019. — 193 с. (ЭБ)

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОГО КУРСА

Контроль и оценка результатов освоения учебного курса осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ПК 1. Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы. В результате освоения учебного курса обучающийся должен уметь: - анализировать конкурирующие сайты. В результате освоения учебного курса обучающийся должен знать: - понятие интернет-маркетинга; - виды рекламы в интернете; - основы Email-маркетинга; - понятие вирусного маркетинга.	Собеседование, опрос, тестирование, практическая работа.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОГО КУРСА

«Маркетинг в социальных сетях»

Организация-разработчик: ГБПОУ ИО «Братский политехнический колледж».

Разработчик: Пантюхова О. В.

Ф.И.О., ученая степень, звание, должность

СОДЕРЖАНИЕ

1.ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ УЧЕБНОГО КУРСА	стр. 16
2.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО КУРСА	16
3.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО КУРСА	19
4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОГО КУРСАЫ	19

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО КУРСА

«Маркетинг в социальных сетях»

1.1. Область применения программы

Настоящая дополнительная образовательная программа предназначена для освоения технологии и расширения знаний работы в программе «Маркетинг в социальных сетях»

1.2. Цели и задачи учебного курса – требования к результатам освоения учебного курса:

ПК 1. Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы.

В результате освоения учебного курса обучающийся должен уметь:

- Осуществлять выбор инструментов продвижения в социальных сетях.
- Выявлять целевую аудиторию соцсети Вконтакте, Инстаграмм.

В результате освоения учебного курса обучающийся должен знать:

- Продвижение в социальных сетях.
- Этапы маркетинга в социальных сетях.
- Основные принципы работы с аудиторией сайта.
- Стратегическое планирование компании и оценка трафика.

1.4. Количество часов на освоение программы у учебного курса:

максимальной учебной нагрузки обучающихся 26 часа, в том числе:

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО КУРСА

1.1. Объем учебной работы и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	26
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	22
в том числе:	
практическая работа	8
контрольные работы	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	4

2.2. Тематический план и содержание учебного курса

Маркетинг в социальных сетях.

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов
1	2	3
Раздел 1 Маркетинг в социальных сетях	Содержание учебного материала	7
	Продвижение в социальных сетях. Управление репутацией в социальных сетях. Клиентская поддержка в социальных сетях. Мониторинг социальных сетей. Этапы маркетинга в социальных сетях	2
	Практическое занятие Выбор инструментов продвижения в социальных сетях	2
	Самостоятельная работа Анализ интернет-ресурсов.	1
Раздел 2 Социальные сети. Порталы и блоги	Содержание учебного материала	9
	Основные принципы работы с аудиторией сайта.	2
	Классификация потребителей по отношению к интернет-проекту	2
	Практическое занятие Выявление целевой аудитории соцсети Вконтакте, Инстаграмм.	4
	Самостоятельная работа обучающихся Составление конспекта на тему: «Методы удержания посетителей web-сайта»	1
Раздел 3 Основные принципы работы с аудиторией сайта	Содержание учебного материала	10
	Аудитория Интернета. Анализ спроса в сети Интернет. Web аналитика.	4
	Стратегическое планирование кампании и оценка трафика	2
	Самостоятельная работа обучающихся Анализ интернет-ресурсов.	2
	Практическая работа по курсу «Маркетинг в социальных сетях.»	2
Всего:		26

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО КУРСА

3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация программы учебной учебного курса требует наличия учебного кабинета, совмещенного с лабораторией вычислительной техники, № 408

Оборудование учебного кабинета:

15 ПК Pentium, комплект программ, проектор экран.

Технические средства обучения: Мультимедиапроектор, иллюстративный материал на электронных носителях, компьютерная техника.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Грибов В.Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга: Учебное пособие для СПО / В.Д. Грибов. — М.: КноРус, 2018. — 224 с. (ЭБ)
2. Пястолов С.М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга. Практикум. Учебно-практическое пособие / С.М. Пястолов. — М.: КноРус, 2019. — 193 с. (ЭБ)

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОГО КУРСА

Контроль и оценка результатов освоения учебного курса осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ПК 1. Подготовка графических материалов для включения в интерфейс В результате освоения учебного курса обучающийся должен уметь: - Осуществлять выбор инструментов продвижения в социальных сетях; - выявлять целевую аудиторию соцсети Вконтакте, Инстаграмм. В результате освоения учебного курса обучающийся должен знать: - Продвижение в социальных сетях; - этапы маркетинга в социальных сетях; - основные принципы работы с аудиторией сайта; - стратегическое планирование компании и оценка трафика.	Собеседование, опрос, тестирование, практическая работа.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОГО КУРСА

«Стратегия, планирование в Интернет маркетинге»

Организация-разработчик: ГБПОУ ИО «Братский политехнический колледж».

Разработчик: Пантюхова О. В.

Ф.И.О., ученая степень, звание, должность

СОДЕРЖАНИЕ

1.ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ УЧЕБНОГО КУРСА	стр. 23
2.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО КУРСА	23
3.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО КУРСА	25
4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОГО КУРСАЫ	25

2. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО КУРСА

«

1.1. Область применения программы

Настоящая дополнительная образовательная программа предназначена для освоения технологии и расширения знаний работы в программе «Стратегия, планирование в Интернет маркетинге»

1.2. Цели и задачи учебного курса – требования к результатам освоения учебного курса:

ПК 1. Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы.

В результате освоения учебного курса обучающийся должен знать:

- Основы стратегического планирования кампании и оценки трафика.
- Стратегии в Интернет маркетинге.
- Показатели эффективности мероприятий Интернет-маркетинга.

В результате освоения учебного курса обучающийся должен уметь:

- Проводить расчет показателей эффективности интернет-рекламы.
- Позиционировать товар или услугу на виртуальном рынке.

1.4. Количество часов на освоение программы у учебного курса:

максимальной учебной нагрузки обучающихся 23 часа, в том числе:

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО КУРСА

1.2. Объем учебной учебногo курса и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	23
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	20
в том числе:	
практическая работа	8
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	3

2.2. Тематический план и содержание учебного курса

Маркетинг в социальных сетях.

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов
1	2	3
Раздел 1 Анализ эффективности интернет-рекламы.	Содержание учебного материала	9
	Стратегическое планирование кампании и оценка трафика. Вебаналитика.	4
	Практическое занятие Расчет показателей эффективности интернет-рекламы	4
	Самостоятельная работа обучающихся Составление конспекта на тему: «Таргетинг и ретаргетинг: виды, формы, цели.»	1
Раздел 2 Стратегия, планирование в Интернет маркетинге	Содержание учебного материала	7
	Стратегия, планирование в Интернет маркетинге	4
	Практическое занятие Celebrity – позиционирование на виртуальном рынке.	2
	Самостоятельная работа обучающихся Анализ интернет-ресурсов.	1
Раздел 3 Оценка эффективности мероприятий Интернет-маркетинга	Содержание учебного материала	7
	Показатели эффективности мероприятий Интернет-маркетинга	4
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка к экзамену.	1
	Практическая работа по курсу «Стратегия, планирование в Интернет маркетинге»	2
Всего:		23

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО КУРСА

3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация программы учебной учебного курса требует наличия учебного кабинета, совмещенного с лабораторией вычислительной техники, № 408

Оборудование учебного кабинета:

15 ПК Pentium, комплект программ, проектор экран.

Технические средства обучения: Мультимедиапроектор, иллюстративный материал на электронных носителях, компьютерная техника

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Грибов В.Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга: Учебное пособие для СПО / В.Д. Грибов. — М.: КноРус, 2018. — 224 с. (ЭБ)
2. Пястолов С.М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга. Практикум. Учебно-практическое пособие / С.М. Пястолов. — М.: КноРус, 2019. — 193 с. (ЭБ)

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОГО КУРСА

Контроль и оценка результатов освоения учебного курса осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ПК 1. Подготовка графических материалов для включения в интерфейс В результате освоения учебного курса обучающийся должен уметь: - Проводить расчет показателей эффективности интернет-рекламы; - позиционировать товар или услугу на виртуальном рынке. В результате освоения учебного курса обучающийся должен знать: - Основы стратегического планирования кампании и оценки трафика; - стратегии в Интернет маркетинге; - показатели эффективности мероприятий Интернет-маркетинга.	Собеседование, опрос, тестирование, практическая работа, зачет.