

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Колледж информационных и креативных технологий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

ОП.11 Введение в интернет-маркетинг
программы подготовки специалистов среднего звена
42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Владивосток 2026

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.11 «Введение в интернет-маркетинг» разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Минобрнауки России от 21.07.2023 года, № 552, примерной образовательной программой.

Разработчик(и): В.В. Серова, преподаватель КИКТ

Рассмотрено и одобрено на заседании цикловой методической комиссии

Протокол №9 от «20» мая 2026 г.

Председатель ПЦК _____ А.А. Макаренко


подпись

СОДЕРЖАНИЕ

- 1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Учебная дисциплина ОП.11 «Введение в интернет-маркетинг» является частью общепрофессионального учебного цикла основной образовательной программы (далее ООП) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2 Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

По итогам освоения дисциплины, обучающиеся должны продемонстрировать результаты обучения, соотнесённые с результатами освоения ООП СПО, приведенные в таблице.

Код компетенции	Умения	Знания
ОК.3 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	31 Содержания актуальной нормативно-правовой документации 32 Возможные траектории профессионального развития и самообразования 33 Современной научной и профессиональной терминологии 34 Основ предпринимательской деятельности	У1 определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности У2 определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования У3 применять современную научную профессиональную терминологию У4 выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи, оформлять бизнес-план

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы учебной дисциплины	52
в том числе:	
– теоретическое обучение	46
– практические занятия	6
– лабораторные занятия	
– курсовая работа (проект)	
– самостоятельная работа	
– консультации	
– промежуточная аттестация – (Другая форма контроля)	

2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Введение в интернет-маркетинг			
Тема 1.1. Введение в интернет маркетинг	Как устроен диджитал рынок	2	ОК.3
	Диджитал и традиционный маркетинг		
	Роль маркетинга в бизнесе		
Тема 1.2. Воронки продаж, путь клиента, ЦА	Воронка продаж	2	ОК.3
	CJM		
	ЦА, сегментирование, позиционирование, конкурентный анализ в интернет маркетинге	2	
Раздел 2. Сайты и посадочные страницы			
Тема 2.1. Виды посадочных страниц	Типы сайтов, UX/UI основы, СТА, формы захвата, модальные формы. CMS и кастом.	2	ОК.3
	Лендинги, квизы, квизпейдж как дополнительные посадочные страницы	2	
	Практическое занятие № 1 «Создать прототип конверсионного сайта для ниши по AIDA».	1	
Раздел 3. Каналы привлечения клиентов			
Тема 3.1 SEO	Что такое SEO, как работают поисковые системы.	1	ОК.3
	Семантика, ключевые слова, архитектура сайтов. H1-6, метатеги	1	
	Поведенческие факторы, ГАР, анализ конкурентов, pr-cy, key.so, seo spider, seo meta in 1 click	2	
	Составление плана работ и SEO аудит страницы	1	
	Практическое занятие № 2 «составление плана работ и аудит сайта».	1	
Тема 3.2. Performance инструменты:	Микро и макро конверсии, CPL, CAC, CPC, CTR, CPO	1	ОК.3
	Что такое PPC. Яндекс Директ – мифы, рекомендации, баги, анализ. Поиск, РСЯ	2	
	Google Ads - мифы, рекомендации, баги, анализ. КМС, аукционы.	2	

контекстная реклама	Медийные инструменты Яндекс Ads: OLV, баннер на поиске, баннер под строкой	2	
	Промостраницы, Дзен продвижение	2	
	Программатик реклама, высокоохватные инструменты	2	
	VK Ads – инструменты, пиксель, настройки, мифы, опыт, кейсы	2	
	TG Ads - инструменты, пиксель, настройки, мифы, опыт, кейсы	2	
	Sber Ads, MTS маркетолог, Beeline экосистема	2	
Раздел 4. SMM			
Тема 4.1 Соц сети и алгоритмы	Контент-маркетинг, показатели эффективности	2	
	Типы контента	1	
	Сервисы аналитики соц сетей	1	
Раздел 5. CRM, емейл маркетинг, медиапланирование			
Тема 5.1 CRM маркетинг	Работа с клиентской базой. Удержание и возврат	1	
	LAL и ремаркетинг, LTV	1	
	Медиапланирование, составление плана работ на основе бизнес-целей	2	
	Практическое занятие № 3 «медиаплан для компании».	2	
Раздел 6. Маркетинговая стратегия			
Тема 6.1 Составление стратегии	Составление диджитал стратегии	2	
	Бюджетирование и unit экономика, эффективность всего медиаплана	2	
Раздел 7. Тренды интернет-маркетинга			
Тема 7.1 Тренды, AI, DDM	AI в аналитике, в маркетинге. Дата драйвен подход. Омниканальность	2	
	Практическое занятие № 4 «Итоговая работа по составлению стратегии продвижения компании».	2	
Промежуточная аттестация (Другая форма контроля)			
Всего:		52	

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Материально-техническое обеспечение

Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрено наличие следующих специальных помещений:

- кабинета экономики и менеджмента, предусмотренного ФГОС, со следующим оборудованием: посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; комплект учебно-наглядных пособий, в т.ч. на электронных носителях; компьютер с лицензионным программным обеспечением на рабочем месте преподавателя; проектор; экран.

3.2 Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы учебной дисциплины библиотечный фонд ВВГУ укомплектован печатными и электронными изданиями.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

1. Кащенко Т. Л. Интернет-маркетинг и веб-аналитика: учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Л. Кащенко. – Москва: Издательство Юрайт, 2025. – 312 с. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].
2. Яковлев А. А. Цифровой маркетинг и аналитика данных: учебник и практикум для СПО / А. А. Яковлев. – Москва: Издательство Юрайт, 2025. – 428 с. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].
3. Kaushik A. Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity / A. Kaushik. – Indianapolis: Sybex, 2023. – 504 p. – ISBN 978-0-470-52939-3.
4. Clifton B. Advanced Web Metrics with Google Analytics / B. Clifton. – 4th ed. – Indianapolis: Wiley Publishing, 2023. – 608 p. – ISBN 978-1-118-73583-4.
5. Marr B. Data Strategy: How to Profit from a World of Big Data, Analytics and Artificial Intelligence / B. Marr. – London: Kogan Page, 2024. – 281 p. – ISBN 978-1-398-60941-5.
6. Croll A. Lean Analytics: Use Data to Build a Better Startup Faster / A. Croll, B. Yoskovitz. – Sebastopol: O'Reilly Media, 2023. – 408 p. – ISBN 978-1-449-33067-7.
7. Kimball R. The Data Warehouse Toolkit: The Definitive Guide to Dimensional Modeling / R. Kimball, M. Ross. – 3rd ed. – Indianapolis: Wiley, 2024. – 600 p. – ISBN 978-1-118-53080-4.
8. Provost F. Data Science for Business / F. Provost, T. Fawcett. – Sebastopol: O'Reilly Media, 2023. – 414 p. – ISBN 978-1-449-36132-7.

Дополнительная литература

1. Cutroni J. Google Analytics: Understanding Visitor Behavior / J. Cutroni. – Sebastopol: O'Reilly Media, 2023. – 358 p. – ISBN 978-1-491-95080-3.
2. Alhlou F. Google Analytics Breakthrough: From Zero to Business Impact / F. Alhlou, S. Asif, E. Waisberg. – Hoboken: Wiley, 2024. – 384 p. – ISBN 978-1-119-60212-8.
3. Chaffey D. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice / D. Chaffey, F. Ellis-Chadwick. – 9th ed. – London: Pearson, 2024. – 928 p. – ISBN 978-1-292-40126-6.
4. McKinney W. Python for Data Analysis / W. McKinney. – 3rd ed. – Sebastopol: O'Reilly Media, 2023. – 579 p. – ISBN 978-1-098-10209-1.
5. Beaulieu A. Learning SQL: Generate, Manipulate, and Retrieve Data / A. Beaulieu. – 3rd ed. – Sebastopol: O'Reilly Media, 2024. – 394 p. – ISBN 978-1-098-10734-8.
6. Few S. Information Dashboard Design: Displaying Data for At-a-Glance Monitoring / S. Few. – Burlingame: Analytics Press, 2023. – 352 p. – ISBN 978-1-938-37700-6.

7. Davenport T. Competing on Analytics: The New Science of Winning / T. Davenport, J. Harris. – Boston: Harvard Business Review Press, 2023. – 256 p. – ISBN 978-1-422-10332-6.
8. Russell M. Mining the Social Web / M. Russell, M. Klassen. – 3rd ed. – Sebastopol: O'Reilly Media, 2023. – 446 p. – ISBN 978-1-491-97723-7.

Электронные образовательные ресурсы и документация

1. [Google Analytics Help Center](#) – официальная документация Google Analytics 4.
2. [Google Tag Manager Help Center](#) – официальная документация Google Tag Manager.
3. [Google Tag Platform for Developers](#) – документация для разработчиков по GTM и tracking.
4. [Google Skillshop](#) – официальные курсы Google по аналитике и рекламе.
5. [Яндекс Метрика Справка](#) – официальная документация Яндекс Метрики.
6. [Yandex DataLens Documentation](#) – документация по BI и визуализации данных.
7. [Looker Studio Documentation](#) – документация Google Looker Studio.
8. [BigQuery Documentation](#) – официальная документация BigQuery.
9. [Analytics Mania](#) – практические материалы по GA4 и GTM.
10. [MeasureSchool](#) – обучающие материалы по tracking и web analytics.

Нормативные документы

1. Федеральный закон Российской Федерации № 152-ФЗ «О персональных данных».
2. Федеральный закон Российской Федерации № 38-ФЗ «О рекламе».
3. Федеральный закон Российской Федерации № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
4. General Data Protection Regulation (GDPR) — Регламент Европейского Союза о защите персональных данных.
5. Политика Google Analytics в отношении обработки данных пользователей.
6. Политика Яндекс Метрики в области обработки данных пользователей.

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
31 Содержания актуальной нормативно-правовой документации 32 Возможные траектории	Полнота ответов, точность формулировок. Правильность, полнота выполнения практических работ. Не менее 75% правильных ответов.	Текущий контроль при проведении: -письменного/устного опроса (ответы на вопросы), практических заданий;

профессионального развития и самообразования 33 Современной научной и профессиональной терминологии 34 Основ предпринимательской деятельности		-тестирования (тест); Промежуточная аттестация (другая форма контроля) в виде: - устных ответов.
У1 определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности У2 определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования У3 применять современную научную профессиональную терминологию У4 выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи, оформлять бизнес-план	Адекватность, оптимальность выбора способов действий, методов, техник, последовательностей действий и т.д. Точность выполнения самостоятельных работ.	Текущий контроль: - оценка заданий для самостоятельной работы. Промежуточная аттестация: - оценка устных ответов во время другой формы контроля.

Для оценки достижения запланированных результатов обучения по дисциплине разработаны контрольно-оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, которые прилагаются к рабочей программе дисциплины.