

Государственное автономное профессиональное
образовательное учреждение Тюменской области
«Тюменский колледж транспортных технологий и сервиса»

СОГЛАСОВАНО:
заместитель управляющего директора
по кадрам и социальным вопросам
АО «ГМС Нефтемаш»


_____ Н.В. Глобина

« 19 » _____ 2023 г.

М.П.



УТВЕРЖДАЮ:
заместитель директора
по учебно - производственной
работе


_____ Н.Ф. Борзенко

« 19 » _____ 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебная дисциплина ОП.17 Диджитал маркетинг /ИОТ/
специальность 22.02.06 Сварочное производство

Тюмень 2023

Рабочая программа учебной дисциплины ОП 17. Диджитал маркетинг разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 22.02.06 Сварочное производство, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22 апреля 2014 г. N 360.

Рассмотрена на заседании ПЦК профессионального цикла транспортной логистики и сервиса,

Организация – разработчик: ГАПОУ ТО «ТКТТС»

Разработчик: Фетисова Елизавета Александровна, преподаватель первой квалификационной категории ГАПОУ ТО «ТКТТС».

СОДЕРЖАНИЕ

1	Общая характеристика рабочей программы учебной дисциплины	4
2	Структура и содержание учебной дисциплины	6
3	Условия реализации программы учебной дисциплины	8
4	Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины	9

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП 17. ДИДЖИТАЛ МАРКЕТИНГ

1.1 Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

ОП 17. Диджитал маркетинг является вариативной частью профессионального учебного цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 22.02.06 Сварочное производство.

Учебная дисциплина реализуется в рамках индивидуальных образовательных траекторий обучающихся.

Учебная дисциплина ОП 17. Диджитал маркетинг обеспечивает формирование профессиональных и общих компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 22.02.06 Сварочное производство.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ЛР, ОК и ПК:

ЛР 7. Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.

ЛР 15. Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий

ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам

ОК 2. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 3. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

ОК 4. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 5. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке РФ с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 6. Проявлять гражданско – патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты

ОК 7. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

ОК 8. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;

ОК 9. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

ПК 4.1. Осуществлять текущее и перспективное планирование производственных работ.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания:

Код ЛР, ОК, ПК	Умения	Знания
ЛР 7 ЛР 15 ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ПК 4.1	<ul style="list-style-type: none">- умеет делать таргетинг целевой аудитории;- анализирует потенциальных клиентов;- создает текст email и цепочки писем;- разрабатывает SMM кампании, умеет делать таргетинг в социальных сетях;- разрабатывает диджитал стратегию;- сравнивает эффективность и результативность каналов интернет-продвижения;- оценивает эффективность каналов диджитал-продвижения;- умение работать с аналитикой, выбирать платформы и ключевые слова для продвижения.	<ul style="list-style-type: none">- понимает основы диджитал-маркетинга, его роль и задачи в компаниях;- знает как разрабатывать диджитал-стратегию;- знает основные инструменты для диджитал-продвижения бизнеса;- знает основные термины контекстной рекламы, а также особенности работы в Google Ads;- знает основные термины контекстной рекламы, а также особенности работы в Яндекс.Директ;- знает основные термины таргетированной рекламы, а также возможности рекламного кабинета Facebook и Instagram;- знает основные термины таргетированной рекламы, а также возможности рекламного кабинета ВК.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП 19. ДИДЖИТАЛ МАРКЕТИНГ

2.1. Объем учебной дисциплины виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	54
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	36
в том числе:	
лабораторные занятия	-
практические занятия	10
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	18
в том числе:	
Оформление отчета по ПР	8
Реферат	8
<i>Промежуточная аттестация в форме другие формы контроля (3 семестр)</i>	

2.2 Тематический план и содержание ОП 19. Диджитал маркетинг

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Основы диджитал-маркетинга	Содержание учебного материала	16	
	1.1 Введение. Цель и содержание учебной дисциплины. Основные понятия диджитал-маркетинга	2	ЛР7, ЛР 15, ОК 1
	1.2 Портрет российского цифрового рынка и аудитории	2	ЛР7, ЛР 15, ОК 1
	1.3 Основные инструменты по продвижению в диджитал-плоскости	2	ЛР7, ЛР 15, ОК 1
	1.4 Маркетинговая стратегия в диджитал: PR и SMM	2	ЛР7, ЛР 15, ОК 1
	1.5 Блогосфера как инструмент по продвижению товаров и услуг	2	ЛР7, ЛР 15, ОК 1
	1.6 Основные показатели эффективности диджитал-маркетинга	2	ЛР7, ЛР 15, ОК 1
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ	4	
	Практическая работа № 1 Провести контент-анализ целевой аудитории российского бренда, развивающегося в диджитал	2	ЛР 7, ОК 1, ОК 2, ОК 6, ПК 4.1
	Практическая работа № 2 Провести контент-анализ социальной страницы российского бренда	2	ЛР 7, ОК 1, ОК 2, ОК 6, ПК 4.1
	Самостоятельная работа обучающихся: Сконструировать контент-план на примере любимого блогера (расписать инструменты, площадки, механики взаимодействия)	8	ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 8, ОК 9
Раздел 2. Основные инструменты диджитал-маркетинга	Содержание учебного материала	10	
	2.1 Инструменты диджитал-продвижения: сайт, SMM, e-mail, контекстная реклама	2	ЛР7, ЛР 15, ОК 1
	2.2 Блог-платформы и SMM-продвижение: LiveJournal Яндекс.Дзен Инстаграм Youtube Вконтакте, Facebook, Одноклассники, Тик-ток	2	ЛР7, ЛР 15, ОК 1
	2.3 Особенности разработки контент-плана под каждую блог-платформу	2	ЛР7, ЛР 15, ОК 1
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ	4	
	Практическая работа №3 Разработка контент-плана под свою платформу	2	ЛР 7, ОК 1, ОК 2, ОК 6, ПК 4.1
	Практическая работа №4 Разработка контента под свою платформу и ЦА	2	ЛР 7, ОК 1, ОК 2, ОК 6, ПК 4.1
	Самостоятельная работа обучающихся: Разработать аватар клиента и выбрать платформу для коммуникации с ним. Разработать контент, который бы понравился аватару.	6	ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 8, ОК 9
Раздел 3. Оценка эффективности диджитал-стратегии	Содержание учебного материала	8	
	3.1 Что такое медиаплан и показатели эффективности?	2	ЛР7, ЛР 15, ОК 1
	3.2 Как посчитать конверсию, лид и вовлеченность?	2	ЛР7, ЛР 15, ОК 1
	3.3 Бюджет рекламной компании в диджитал-плоскости	2	ЛР7, ЛР 15, ОК 1
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ	2	
	Практическая работа №5 Просчитать бюджет одной рекламной компании и стоимость одного клиента.	2	ЛР 7, ОК 1, ОК 2, ОК 6
Самостоятельная работа обучающихся: Разработка SMM-проекта	2	ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 8, ОК 9	
Промежуточная аттестация: другие формы контроля (SMM-проект)		2	ПК 4.1
Максимальная учебная нагрузка:		52	
Обязательная аудиторная учебная нагрузка:		36	
Самостоятельная работа:		16	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ОП 17. ДИДЖИТАЛ МАРКЕТИНГ

3.1. Материально-техническое обеспечение обучения

Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет междисциплинарных курсов, оснащенный оборудованием:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя.

техническими средствами обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением;
- мультимедиапроектор.
- раздаточный материал;
- принтер.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы в библиотечном фонде образовательной организации имеются печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, для использования в образовательном процессе

3.2.1. Печатные издания

Дополнительные:

1. Филиппс Д. PR в Интернете / Пер. с англ. И.Гаврилова - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2020.
2. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. - М.: Издательский дом «Классика-XX1», 2021.

3.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Florès L. A. How to measure digital marketing: metrics for assessing impact and designing success. - Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014. - URL: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsnuk&AN=edsnuk.vtls004243480&site=eds-live>
2. Poddar, N., & Agarwal, D. (2019). A comparative study of application effectiveness between digital and social media marketing for sustainability of start-ups. International Journal of Business Insights & Transformation, 12(2), 50–54. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&site=eds-live&db=bsu&AN=138805055>
3. Regli, T. (2016). Digital and Marketing Asset Management : The Real Story About DAM Technology and Practices. Brooklyn, New York: Digital Reality Checks. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&site=eds-live&db=edsebk&AN=1334530>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОП 19. ДИДЖИТАЛ МАРКЕТИНГ

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Показатели оценки результатов обучения	Формы и методы контроля
1	2	3
<p>ЗНАНИЯ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понимает основы диджитал-маркетинга, его роль и задачи в компаниях; - знает как разрабатывать диджитал-стратегию; - знает основные инструменты для диджитал-продвижения бизнеса; - знает основные термины контекстной рекламы, а также особенности работы в Google Ads; - знает основные термины контекстной рекламы, а также особенности работы в Яндекс.Директ; - знает основные термины таргетированной рекламы, а также возможности рекламного кабинета Facebook и Instagram; - знает основные термины таргетированной рекламы, а также возможности рекламного кабинета ВК. 	<ul style="list-style-type: none"> - называет основные понятия диджитал-маркетинга; - называет этапы разработки диджитал-стратегии; - называет основные инструменты для продвижения; - называет и формулирует основные термины контекстной рекламы, а также особенности работы в Google Ads; - называет и формулирует основные термины контекстной рекламы, а также особенности работы в Яндекс.Директ; - называет и формулирует основные термины контекстной рекламы, а также особенности работы в Facebook и Instagram; - формулирует основные этапы подключения таргетированной рекламы. 	<p>Текущий контроль:</p> <ul style="list-style-type: none"> - устный опрос, - тестирование, - контрольная работа, - подготовка и защита доклада; - оценка выполнения практической работы. <p>Промежуточная аттестация в форме итогового тестирования</p>
<ul style="list-style-type: none"> - знает как разрабатывать диджитал-стратегию; 	<ul style="list-style-type: none"> - называет этапы разработки диджитал-стратегии; 	<p>Оценка текущего контроля по теме 1,2, 3</p> <p>Оценка выполнения практических работ № 1-5</p>
<ul style="list-style-type: none"> - знает основные инструменты для диджитал-продвижения бизнеса; 	<ul style="list-style-type: none"> - называет основные инструменты для продвижения; 	<p>Оценка текущего контроля по теме 1</p> <p>Оценка выполнения практических работ № 1-5</p>
<ul style="list-style-type: none"> - знает основные термины контекстной рекламы, а также особенности работы в Google Ads; 	<ul style="list-style-type: none"> - называет и формулирует основные термины контекстной рекламы, а также особенности работы в Google Ads; 	<p>Оценка текущего контроля по теме 1</p> <p>Оценка выполнения практических работ № 1-5</p>
<ul style="list-style-type: none"> - знает основные термины контекстной рекламы, а 	<ul style="list-style-type: none"> - называет и формулирует основные термины контекстной 	<p>Оценка текущего контроля по теме 2</p>

также особенности работы в Яндекс.Директ;	рекламы, а также особенности работы в Яндекс.Директ;	Оценка выполнения практических работ № 1-5
- знает основные термины таргетированной рекламы, а также возможности рекламного кабинета Facebook и Instagram;	- называет и формулирует основные термины контекстной рекламы, а также особенности работы в Facebook и Instagram;	Оценка текущего контроля по теме 3 Оценка выполнения практических работ № 1-5
- знает основные термины таргетированной рекламы, а также возможности рекламного кабинета ВК.	- формулирует основные этапы подключения таргетированной рекламы.	Оценка текущего контроля по теме 3 Оценка выполнения практических работ № 1-5
УМЕНИЯ: - умеет делать таргетинг целевой аудитории; - анализирует потенциальных клиентов; - создает текст email и цепочки писем; - разрабатывает SMM кампании, умеет делать таргетинг в социальных сетях; - разрабатывает диджитал стратегию; - сравнивает эффективность и результативность каналов интернет-продвижения; - оценивает эффективность каналов диджитал-продвижения; - умение работать с аналитикой, выбирать платформы и ключевые слова для продвижения.	- выполняет практические задание по настройке таргетированной рекламы; - умеет составлять аватар клиентов по целевой аудитории; - умеет создавать продающие тексты для рассылок; - умеет ставить цели и задачи по достижению показателей эффективности в SMM-плоскости; - умеет оценивать эффективность каналов продвижения; - умеет работать с аналитикой, выбирать платформы и ключевые слова для продвижения.	Текущий контроль: - итоговый тест, - оценка выполнения практической работы. Промежуточная аттестация в форме итогового тестирования
- умеет делать таргетинг целевой аудитории;	- выполняет практические задание по настройке таргетированной рекламы;	Оценка результатов выполнения практических работ № 1-5. Устный опрос по теме.
- анализирует потенциальных клиентов;	- умеет составлять аватар клиентов по целевой аудитории;	Оценка результатов выполнения практических работ № 1-5. Устный опрос по теме.
- создает текст email и цепочки писем;	- умеет создавать продающие тексты для рассылок;	Оценка результатов выполнения практических работ № 4-5. Устный опрос по теме.
- разрабатывает SMM кампании, умеет делать таргетинг в социальных сетях;	- умеет ставить цели и задачи по достижению показателей эффективности в SMM-плоскости;	Оценка результатов выполнения практических работ № 1-5. Устный опрос по теме.

- разрабатывает диджитал стратегию;	- умеет ставить цели и задачи по достижению показателей	Оценка результатов выполнения практических работ № 1-5. Устный опрос по теме.
- сравнивает эффективность и результативность каналов интернет-продвижения;	- умеет оценивать эффективность каналов продвижения;	Оценка результатов выполнения практических работ № 4-5. Устный опрос по теме.
- оценивает эффективность каналов диджитал-продвижения;	- умеет оценивать эффективность каналов продвижения;	Оценка результатов выполнения практических работ № 1-5. Устный опрос по теме.
- умение работать с аналитикой, выбирать платформы и ключевые слова для продвижения.	- умеет работать с аналитикой, выбирать платформы и ключевые слова для продвижения.	Оценка результатов выполнения практических работ № 4-5. Устный опрос по теме.

Результаты обучения ЛР 7, ЛР15 ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ПК 1.1, ПК 1.2	Показатели оценки результатов обучения	Формы и методы контроля оценки
Шифр и наименование		
ЛР 7. Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.	- определяет этические нормы общения при взаимодействии; - перечисляет ценности собственного и чужого труда.	Текущий контроль: - внеаудиторная самостоятельная работа; - индивидуальный опрос. Оценка выполнения практических работ № 1-5
ЛР 15. Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий.	- демонстрирует готовность и способность к самообразованию; - грамотно излагает свои мысли, делает обоснованные выводы; - перечисляет преимущества и возможности своей специальности.	Текущий контроль: - внеаудиторная самостоятельная работа; - индивидуальный опрос
ОК 1.	- проявляет интерес к будущей профессии; - быстро адаптируется к внутриорганизационным условиям работы; - проявляет активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности.	Оценка результатов выполнения практических работ №1-5
ОК 2.	- обосновывает выбор и применяет методы и способы решения профессиональных задач в области логистических стратегий.	Оценка выполнения практических работ № 1-5

ОК 3.	- демонстрирует навыки решения стандартных и нестандартных профессиональных задач в области логистических процессов в организациях (подразделениях)	Оценка результатов выполнения практических работ № 1-5
ОК 4.	- демонстрирует способность поиска информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач решения в стандартных и нестандартных производственных ситуациях.	Оценка выполнения практических работ № 1-5
ОК 5.	- применяет ИКТ для решения профессиональных задач в структурных подразделениях.	Оценка выполнения самостоятельных заданий в группах
ОК 6.	- демонстрирует умения работать в коллективе.	Оценка выполнения практических работ № 1-5
ОК 7.	-демонстрирует навыки ответственности за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы.
ОК 8.	- демонстрирует умения самоорганизации при выполнении самостоятельных заданий.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы.
ОК.9	- проводит анализ инноваций в области планирования и организации логистического процесса в организациях (подразделениях) различных сфер деятельности.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы.
ПК 4.1	- демонстрирует навыки в разработке стратегических и оперативных логистических планов на уровне подразделения (участка) логистической системы с учетом целей и задач организации в целом	Оценка результатов выполнения практических работ № 1-5