

**Аннотации к рабочим программам дисциплин
Б1.В.02.04 ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ
ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ПРОДАЖ
В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

Объем трудоемкости: 2 зачетных единиц

Цель дисциплины: сформировать навыки профессиональной коммуникации, которые необходимы для организации условий и процесса эффективных продаж с применением информационных технологий.

Задачи дисциплины:

1. Изучение особенностей маркетинговых технологий, построенных на использовании сети Интернет.
2. Получение навыков оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах и ее оптимизации.
3. Получение умений и навыков самостоятельной разработки и проектирования деятельности в области интернет-продвижения..

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Педагогическое сопровождение обучающихся по организации продаж в сети Интернет» включена в вариативную часть профессионального цикла модуль «Инновационная педагогическая деятельность в системе образовательного предпринимательства» (код Б1.В.02.04). Изучение этой дисциплины должно осуществляться параллельно с освоением дисциплины «Формирование психологически комфортной безопасной образовательной среды». Дисциплина имеет межпредметные связи с такими учебными курсами, как: «Прогнозирование и моделирование педагогической деятельности в вузе», «Теория и проектирование инновационных процессов в образовании».

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций: ПК-2.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-2 Способен к управлению частной образовательной организацией	
ИПК-2.1. Знает цикл и механизм управления частной образовательной организацией дошкольного, начального общего, основного общего, профессионального, дополнительного образования	Знание современных маркетинговых технологий в профессиональной деятельности
	Умение применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта
	Способен современные информационно-коммуникационные технологии использовать в маркетинговой деятельности
ИПК-2.2. Умеет осуществлять планирование стратегического развития частной образовательной организации дошкольного, начального общего, основного общего, профессионального, дополнительного образования	Знание организационной структуры организации
	Умение выявлять зоны ответственности, определять функции персонала организации
	Способен обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного продукта
ИПК-2.3. Умеет организовывать и оценивать управленческий процесс с использованием инновационных технологий менеджмента	Знание аналитику данных
	Умение применять современные информационно-коммуникационные технологии при разработке и реализации коммуникационного продукта

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	Способен специализированными программными продуктами в профессиональной деятельности
ИПК-2.4. Владеет инновационными технологиями управления и методами оценивания управленческого процесса в частной образовательной организации дошкольного, начального общего, основного общего, профессионального, дополнительного образования	Знание организации мониторинга маркетинговой информации
	Умение проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности.
	Способен обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного продукта

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)
		4
Контактная работа, в том числе:		
Аудиторные занятия (всего):	24	24
Занятия лекционного типа	12	12
Лабораторные занятия		
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	12	12
	-	-
Иная контактная работа:		
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	0,2
Самостоятельная работа, в том числе:	47,8	47,8
<i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>	10	10
<i>Реферат</i>	10	10
<i>Выполнение индивидуальных заданий</i>	10	10
<i>Подготовка к текущему контролю</i>	17,8	17,8
Контроль:		
Подготовка к зачету		
Общая трудоемкость	72	72
	24,2	24,2
	2	2

Структура дисциплины:

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Виды технологий продаж	6	1	1		4
2.	Классическая схема продаж	6	1	1		4
3.	Подготовка специалистов для эффективных продаж	6	1	1		4
4.	Интернет как канал коммуникации с потребителями	6	1	1		4

№ раз дел а	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
5.	Копирайтинг и дизайн в интернет реклам	6	1	1		4
6.	Разработка и создание корпоративного сайта для продвижения товаров и услуг и CRM-системы	6	1	1		4
7.	Социальные медиа в Интернет	6	1	1		4
8.	Email-маркетинг и чат-боты в мессенджерах	6	1	1		4
9.	Контекстная реклама	6	1	1		4
10.	Таргетированная реклама в Интернете	6	1	1		4
11.	SEO-поисковая оптимизация и веб-аналитика	6	1	1		4
12.	Конкуренция в индустрии мобильных предложений в продаже и продвижении услуг	5,8	1	1		3,8
	Всего:		12	12		47,8

Курсовые работы: *не предусмотрена*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Автор Хентонен А.Г.