

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
"НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ"»**

**УТВЕРЖДАЮ**  
АНО СПО «НТК»  
Н.А. Михедов  
10.01.2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО  
МОДУЛЯ  
ПМ.03 «ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ  
ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА»**

**Специальность: 38.02.08 Торговое дело**  
**Квалификация выпускника: Специалист торгового  
дела**  
**Форма обучения: очная**

**Москва 2025**

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03. ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

## 1.1 Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее программа), составленная в соответствии с ФГОС – является частью основной образовательной программы базовой подготовки в соответствии с ФГОС СПО ППССЗ по специальности 38.02.08 Торговое дело укрупненной группы профессий, специальностей и направления подготовки 38.00.00 Экономика и управление, в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД ): Организация и осуществление торговой деятельности и соответствующих общих компетенций (ОК):

Код	Наименование общих компетенций
<b>ОК 01</b>	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
<b>ОК 02</b>	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
<b>ОК 04</b>	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
<b>ОК 05</b>	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
<b>ОК 08</b>	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности
<b>ОК 09</b>	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

### 1.1.1. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
<b>ВД 3</b>	<b>Организация и осуществление интернет-маркетинга</b>
<b>ПК 3.1</b>	Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»
<b>ПК 3.2</b>	Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки
<b>ПК 3.3</b>	Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество

<b>ПК 3.4</b>	Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика
<b>ПК 3.5</b>	Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
<b>ПК 3.6</b>	Определять готовность веб-сайта к продвижению

## 1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения модуля

Владеть навыками	проведения технического анализа аудируемого веб-сайта;
	проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта;
	проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта;
	анализа поисковой выдачи;
	анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи;
	анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";
	определения стратегии поискового продвижения;
	оформления заявочных и платежных документов участников торгово-промышленной выставки;
	проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении;
	анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем;
	определения стратегии продвижения в социальных сетях;
	размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
	размещения медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
	разработки лендинга;
	анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы;
	анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании;
составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.	
Уметь	выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;
	документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта;

	формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);
	выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;
	выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;
	использовать инструменты для проведения технического аудита;
	определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;
	составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;
	актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";
	анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;
	составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;
	анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;
	анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию;
	определять маркетинговые стратегии;
	составлять smm-стратегии;
	составлять контент-планы;
	создавать стратегии продвижения;
	сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;
	разрабатывать уникальные торговые предложения;
	разрабатывать рекламные модули;
	создавать стратегии продвижения;
	сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;
	оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки;
	обосновывать выбор целевой аудитории;
	создавать тексты и рекламные слоганы;
	создавать тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;
	различать виды текстов;

	<p>рассчитывать бюджет на создание лендинга;</p> <p>писать техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций;</p> <p>определять СТА для лендингов;</p> <p>работать с бесплатными сервисами создания лендингов;</p> <p>создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, работать с сервисами рассылок;</p> <p>составлять информационно-аналитические справки;</p> <p>оформлять отчетные документы.</p>
Знать	<p>основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;</p> <p>основы веб-технологии;</p> <p>основы веб-дизайна;</p> <p>основы компьютерной грамотности;</p> <p>методы обработки текстовой информации;</p> <p>правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;</p> <p>основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита;</p> <p>правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации;</p> <p>основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;</p> <p>способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта;</p> <p>особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;</p> <p>особенности функционирования современных поисковых машин;</p> <p>правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;</p> <p>внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок;</p> <p>особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;</p> <p>правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний;</p> <p>стандарты делового общения в письменной и устной форме;</p>
	<p>особенности функционирования современных поисковых машин;</p> <p>правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;</p> <p>правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы);</p>

методы обработки текстовой и графической информации;
основы копирайтинга и веб-райтинга;
основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна;
правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;
правила оформления заявочных и платежных документов участников торгово-промышленной выставки;
перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «интернет»;
особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа;
основы разработки и поддержки сайтов/лендингов;
основы гипертекстовой разметки;
стандарты верстки веб-сайтов;
принципиальные отличия лендингов от сайтов;
сервисы для автоматизации рассылок;
методы обработки текстовой информации и графической информации.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 2.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля *	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)						Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося				Самостоятельная работа обучающегося	консультации	Экзамены	Учебная практика, Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. практ. занятия, часов	в т.ч., лекции	курсовая работа				
ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09	МДК.03.01 Технология интернет-маркетинга	360	214	100	90	20	122	4	24	
	<b>Всего по модулю</b>	<b>360</b>	214	100	90	20	122	4	24	
	Учебная практика	36								36
	Производственная практика, часов	108								108
	<b>Всего:</b>	<b>504</b>	<b>214</b>	<b>100</b>	<b>90</b>	<b>20</b>	<b>122</b>	<b>4</b>	<b>24</b>	<b>144</b>

## 2.3. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ) (очная форма)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов лекции/ практ	ОК, ПК
1	2	3	4
<b>ПМ 03 . Организация и осуществление интернет-маркетинга.</b>		<b>504</b>	
<b>МДК 03.01. Технология интернет-маркетинга</b>		<b>360</b>	
<b>Тема 1.1. Основы маркетинга</b>	<b>Содержание (лекции/практические)</b>	<b>10/0</b>	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09
	1. Процесс управления маркетингом. (сегментирование рынка, позиционирование товара на рынке, организация службы маркетинга)	10	
	2. Маркетинговая среда (Основные функционирования фирмы.)		
	3. Жизненный цикл товаров 4. Продвижение товаров		
<b>Тема 1.2. Определение и характеристики интернет-маркетинга</b>	<b>Содержание</b>	<b>12/0</b>	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09
	1. Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу.	4	
	2. Основные клиенты интернет-маркетинга. Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей	4	
	3. Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы	4	
<b>Тема 1.3. Инновации в маркетинге</b>	<b>Содержание</b>	<b>8/8</b>	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09
	1. Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности	4	
	2. Новые решения для рекламы: Digital Signage, Indoor TV.	4	
	Информационные системы управления опытом потребителей		
	<b>Практические занятия</b>	<b>8</b>	
	<b>Практическое занятие 1.</b> Разработка форм опроса для сайта произвольной компании с целью определения отношения клиентов к ее товарам (услугам) с использованием цифровых технологий и электронной почты клиента	4	
	<b>Практическое занятие 2.</b> Формирование отчета по поиску числа посетителей сайта, используя возможности маркетинговой программы (SerpParser или аналогичной): составьте отчет по поиску числа посетителей сайта предприятия по месяцам и дням, в том числе из разных поисковых систем.	4	
<b>Тема 1.4 Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге</b>	<b>Содержание</b>	<b>4/4</b>	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5,
	1. Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа.	2	

	2. Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта.	2	ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09
	<b>Практические занятия</b>	4	
	<b>Практическое занятие 3.</b> Определение целевой аудитории: Выделить сегменты целевой аудитории, составить описание каждого сегмента с учетом следующих характеристик: фото типичного представителя, пол, возраст, география проживания, семейное положение, образование, доход, профессиональная деятельность, интересы, стиль жизни	4	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
<b>Тема 1.5.</b> <b>Анализ готовности веб-сайта продвижению</b>	<b>Содержание</b>	<b>12/16</b>	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09
	1. Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности	4	
	2. Методы обработки текстовой	4	
	3. Правила составления и план документа аудита интернет- маркетинга организации. Основ оптимизации веб-сайта под Требования поисковых машин. Способов корректировки внутренних ошибок веб-сайта	4	
	<b>Практические занятия</b>	16	
	<b>Практическое занятие 4.</b> Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование	2	
	<b>Практическое занятие 5.</b> Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок эргономичности (юзабилити)	4	
	<b>Практическое занятие 6.</b> Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов	4	
	<b>Практическое занятие 7.</b> Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины	4	
	<b>Практическое занятие 8.</b> Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита	2	
<b>Тема 1.6.</b> <b>Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-</b>	<b>Содержание</b>	<b>12/36</b>	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02,
1. Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов.	4		

телекоммуникационной сети «Интернет»	2. Организация правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний, стандартов делового общения в письменной и устной форме, особенностей функционирования современных поисковых машин	4	ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09
	3. Анализ правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта, правил формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы), методов обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и веб-райтинга.	4	
	<b>Практические занятия</b>	36	
	<b>Практическое занятие 9.</b> Анализ практических ситуаций на определение факторов, влияющих на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче. Составление списка ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи.	4	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	<b>Практическое занятие 10.</b> Анализ практических ситуаций на актуализацию информации о поведении пользователей веб-сайтов и заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», анализ собранной информации и принятие решения о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины.	4	
	<b>Практическое занятие 11.</b> Анализ практических ситуаций по составлению списка ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин	4	
	<b>Практическое занятие 12.</b> Анализ релевантности составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта, анализ списка ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию	4	
	<b>Практическое занятие 13.</b> Создание материалов методического характера информационных	4	
	<b>Практическое занятие 14.</b> Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем	4	
	<b>Практическое занятие 15.</b> Анализ конкурентов. Анализ результатов поиска не менее 5 аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, и составление аналитической справки, в которой проведен анализ проектов (конкурентов) не менее чем по 5 критериям.	4	

	<b>Практическое занятие 16.</b> Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, проведение анализа проектов.	4	
	<b>Практическое занятие 17.</b> Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа	4	
<b>Тема 1.7.</b> <b>Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет»</b>	<b>Содержание</b>	<b>12/16</b>	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09
	<b>1.</b> Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения. Концепция продвижения, цели и задачи продвижения. Целевая аудитория, модели поведения аудитории и методы влияния на нее	4	
	<b>2.</b> Понятие «социальная сеть», общие принципы работы виртуальных социальных сетей. SMM-стратегия, методы измерения эффективности, методы создания контента. Стратегия продаж через «блогосферу»	4	
	<b>3.</b> Понятие и значение контент-плана в интернет-маркетинге. Виды контент-планов. Содержание контент-плана	4	
	<b>Практические занятия</b>	16	
	<b>Практическое занятие 18.</b> Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях	4	
	<b>Практическое занятие 19.</b> Составление рубрикатора с предоставлением не менее трех тем для каждой рубрики, определение форматов постов и описания требований к ним	4	
	<b>Практическое занятие 20.</b> Разработка примеров для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление	4	
	<b>Практическое занятие 21.</b> Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия	4	
	<b>Тема 1.8</b>	<b>Содержание</b>	
<b>Организация и проведение рекламных кампаний в социальных медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество</b>	<b>1.</b> Изучение перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет»	4	3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09
	<b>2.</b> Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа	4	
	<b>3.</b> Анализ рекламных модулей, уникальных торговых предложений, рассылок	4	
	<b>Практические занятия</b>	12	
	<b>Практическое занятие 22.</b> Разработка уникальных торговых предложений.	4	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК

	<b>Практическое занятие 23.</b> Разработка рекламных модулей.	2	3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	<b>Практическое занятие 24.</b> Разработка стратегии продвижения товара.	2	
	<b>Практическое занятие 25.</b> Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара	4	
<b>Тема 1.9.</b>	<b>Содержание</b>	<b>8/8</b>	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09
<b>Создание лендинга</b>	<b>1.</b> Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования, структура.	4	
	<b>2.</b> Конструкторы для создания «landing page».	4	
	<b>Практические занятия</b>	8	
	<b>Практическое занятие 26.</b> Разработка лендинга для коммерческого предприятия	4	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	<b>Практическое занятие 27.</b> Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет»	4	
	<b>Консультации</b>	<b>4</b>	
	<b>Экзамены</b>	<b>24</b>	
	<b>Курсовая работа:</b>	<b>20</b>	
	<b>Всего аудиторной нагрузки (лекции/практические):</b>	<b>90/100</b>	
	<b>Самостоятельная работа по АНО ПО «БАЙКАЛЬСКИЙ КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИЙ».03.01</b>	<b>122</b>	
	<b>Итого по МДК.03.01:</b>	<b>360</b>	
<b>Учебная практика</b>			
<b>Виды работ</b>			
<b>1.</b> Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта.		<b>36</b>	
<b>2.</b> Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта.			
<b>3.</b> Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.			
<b>4.</b> Анализ поисковой выдачи.			
<b>5.</b> Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи.			
<b>6.</b> Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»			

<p><b>Производственная практика</b>  <b>Виды работ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта.</li> <li>2. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта.</li> <li>3. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.</li> <li>4. Анализ поисковой выдачи.</li> <li>5. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи.</li> <li>6. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</li> <li>7. Определение стратегии поискового продвижения.</li> <li>8. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых припоисковом продвижении.</li> <li>9. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.</li> <li>10. Определение стратегии продвижения в социальных сетях.</li> <li>11. Размещение текстовых рекламных объявлений в</li> <li>12. Размещение медийных рекламных объявлений в</li> <li>13. Разработка лендинга.</li> <li>14. Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы.</li> <li>15. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании.</li> </ol> <p>Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.</p>	<p><b>108</b></p>	
<p><b>Всего по модулю</b></p>	<p><b>575</b></p>	

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### **3.1. Требования к материально-техническому обеспечению реализации профессионального модуля в рамках ОПОП**

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации;
- мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер, мультимедийное оборудование (проектор, экран), наглядные пособия (комплекты учебных таблиц, плакатов, портретов выдающихся ученых- математиков);
- помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

### **3.2. Технические средства обучения:**

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Колледжа из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

При проведении образовательного процесса по дисциплине необходимо наличие:

#### ***лицензионное программное обеспечение:***

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 16;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition.

#### ***лицензионное программное обеспечение отечественного производства:***

- Антивирусная программа Dr.Web;
- свободно-распространяемое программное обеспечение:
- Microsoft Visual Studio Community  
- <https://visualstudio.microsoft.com/ru/free-developer-offers/>.
- 7-ZIP – архиватор <https://7-zip.org.ua/ru/>.

#### ***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <http://biblioclub.ru/>.

#### ***современные профессиональные базы данных:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru>.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>.

### **информационные справочные системы:**

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>.
- Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru/>.

**Активные и интерактивные образовательные технологии,**  
используемые на занятиях:

<b>Вид занятия*</b>	<b>Используемые активные и интерактивные образовательные технологии</b>
ТО	Технология коллективного обучения, проблемного и проектного обучения, технология развития критического мышления, групповые дискуссии
ПР	Компьютерные и проектные технологии, мультимедийные технологии, игровые технологии, разбор конкретных ситуаций, психологические тренинги, групповые дискуссии

\* ТО – теоретическое обучение, ПР – практические занятия, ЛР – лабораторные занятия.

### **Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

#### **3.2.1 Основные источники:**

1. Интернет-маркетинг: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.]. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт. — 301 с. — (Профессиональное образование).
2. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491722>
3. PR в сфере коммерции: учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. И. М. Синяевой. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 298 с. — (Среднее профессиональное образование). — ISBN 978-5-9558-0614-3. —

Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1018359> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

### 3.2.2. Дополнительные источники

1. Ашманов, И. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах / И. Ашманов. СПб.: Питер, 2021.
2. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе / Л. П. Гаврилов. – М. : Юрайт, 2021.
3. Гаврилов, Л. П. Основы электронной коммерции и бизнеса / Л. П. Гаврилов. – М. : Юрайт, 2021.

## 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1. Определять готовность веб-сайта к продвижению	<p>выявляет технические ошибки в работе веб-сайта; документирует выявленные ошибки в работе веб-сайта; формулирует предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности и (юзабилити); выявляет технические преимущества веб-сайтов конкурентов; выявляет особенности эргономичности веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины; использует инструменты для проведения технического аудита</p>	<p>Устный / письменный опрос. Тестирование.</p> <p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p> <p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.</p> <p>Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе</p>
ПК 3.2. Анализировать интернет-пространство,	определяет факторы, влияющие на позиции веб-	

<p>а также поведение пользователей при поиске информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>сайтов в поисковой выдаче; составляет список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи; актуализирует информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</p> <p>Анализирует собранную информацию и принимает решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины; составляет список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; анализирует релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта; анализирует список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию</p>	<p>освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p> <p>Экспертная оценка создания и представления презентаций.</p> <p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.</p>
<p>ПК.3.3. Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки</p>	<p>Определяет маркетинговые стратегии; составляет SMM-стратегии; составляет контент-планы; создает стратегии продвижения; проводит сегментацию целевой аудитории для разных задач и продуктов</p>	<p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.</p>
<p>ПК 3.4. Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество;</p>	<p>разрабатывает уникальные торговые предложения; разрабатывает рекламные модули; создает стратегии продвижения; сегментирует целевую аудиторию для разных задач и продуктов; обосновывает выбор целевой аудитории; создает тексты и рекламные слоганы</p>	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в</p>

<p>ПК 3.5. Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика</p>	<p>создает тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций; различает виды текстов; рассчитывает бюджет на создание лендинга; составляет техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций; определяет СТА для лендингов; работает с бесплатными сервисами создания лендингов; создает уникальное торговое предложение для определенных задач; работает с сервисами рассылок.</p>	<p>коллективе.</p> <p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- на практических занятиях</li> <li>- при выполнении работ на различных этапах учебной практики;</li> <li>- при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.</li> </ul>
<p>ПК 3.6. Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>составляет информационно-аналитические справки; оформляет отчетные документы.</p>	
<p>ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам</p>	<p>распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализует составленный план; оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p>	
<p>ОК 02 Использовать современные средства</p>	<p>определяет задачи для поиска информации, необходимые</p>	

<p>поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности</p>	<p>источники и планирует процесс поиска; структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска; оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</p>	
<p>ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде</p>	<p>демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды; в ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ</p>	
<p>ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста</p>	<p>грамотно излагает свои мысли оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами, демонстрирует толерантность в рабочем коллективе</p>	
<p>ОК 08 Использовать Средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности</p>	<p>применяет рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности; пользуется средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной профессии (специальности)</p>	
<p>ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на</p>	<p>понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на</p>	

государственном и иностранном языках	базовые профессиональные темы; участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывает и объясняет свои действия; пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.	
--------------------------------------	--	--

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны

позволять проверять у обучающихся не только сформированности профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций, обеспечивающих их умения.