

**Автономная некоммерческая организация профессионального образования
«Колледж мировой экономики и передовых технологий»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
Профессионального модуля**

**ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга
МДК. 03.01 Технология интернет-маркетинга**

по специальности
38.02.08 Торговое дело

форма обучения: очная, заочная
квалификация – специалист торгового дела

Москва – 2024

ОДОБРЕНА

Предметной (цикловой) комиссией
экономических дисциплин

Протокол от 19 апреля 2024 г. № 8

Председатель ПЦК

 /Буркина Л.В.

Разработана на основе Федерального
государственного образовательного
стандарта по специальности
среднего профессионального
образования 38.02.08 Торговое дело

Заместитель директора по методической
работе

 / Ю.И. Богомолова/
Подпись ФИО

РАССМОТРЕНА

на заседании Педагогического совета

Протокол от 26 апреля 2024 г. № 5

Разработчик:

Гусейнова Э.И., преподаватель АНО ПО "Колледж мировой экономики и передовых технологий"

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	18
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	22

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга

1.1 Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело в части освоения основного вида деятельности (ВД): Организация и осуществление интернет-маркетинга и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы.

ПК 3.1. Определять готовность веб-сайта к продвижению.

ПК 3.2. Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

ПК 3.3. Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки.

ПК 3.4. Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество.

ПК 3.5. Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика.

ПК 3.6. Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании при повышении квалификации товароведов и менеджеров.

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

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

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;
- 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;
- обосновывать выбор целевой аудитории;
- создавать тексты и рекламные слоганы;
- создавать тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;
- различать виды текстов;
- рассчитывать бюджет на создание лендинга;
- писать техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций;
- определять СТА для лендингов;
- работать с бесплатными сервисами создания лендингов;
- создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, работать с сервисами рассылок;
- составлять информационно-аналитические справки;
- оформлять отчетные документы.

знать:

- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;
- основы веб-технологии;
- основы веб-дизайна;
- основы компьютерной грамотности;
- методы обработки текстовой информации;
- правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;
- основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита;
- правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации;
- основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;
- способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта;
- особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;
- особенности функционирования современных поисковых машин;
- правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;

- внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок;
- особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;
- правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний;
- стандарты делового общения в письменной и устной форме;
- особенности функционирования современных поисковых машин;
- правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;
- правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы);
- 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;
- 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.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Максимальная учебная нагрузка обучающегося – 306 часов, включая:

обязательную аудиторную учебную нагрузку – 212 часов; в т.ч. теоретической – 90 часов, практической – 118 часов; самостоятельную работу обучающегося – 2 часа; производственной практики (по профилю специальности) - 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности **Организация и осуществление интернет-маркетинга**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1	Определять готовность веб-сайта к продвижению.
ПК 3.2	Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".
ПК 3.3	Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки.
ПК 3.4	Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество.
ПК 3.5	Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика.
ПК 3.6	Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".
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 правовой и 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 Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 7	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Объем профессионального модуля и виды учебной работы (очная форма обучения)

по очной форме обучения

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля ¹	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, час	в т.ч., курсовой проект, часов	Всего, часов	в т.ч., курсовой проект, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ОК 1 – 5; ОК 7; ПК 3.1 - 3.8.	МДК.03.01 Технология интернет-маркетинга	222	220	118	-	2	-	-	-
	Учебная практика	-	-	-	-	-	-	-	-
	Производственная практика	72	-	-	-	-	-	-	72
	Экзамен по модулю	12	-	-	-	-	-	-	-
	Всего:	306	220	118	-	2	-	-	72

по заочной форме обучения

¹ Раздел профессионального модуля – часть программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отлагательного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля ²	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена расщедоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, час	в т.ч., курсовой проект, часов	Всего, часов	в т.ч., курсовой проект, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ОК 1 – 5; ОК 7; ПК 3.1 - 3.8.	МДК.03.01 Технология интернет-маркетинга	222	26	12	-	196	-	-	-
	Учебная практика	-	-	-	-	-	-	-	-
	Производственная практика	72	-	-	-	-	-	-	72
	Экзамен по модулю	12	-	-	-	-	-	-	-
	Всего:	306	26	12	-	196	-	-	72

² Раздел профессионального модуля – часть программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отлагательного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

3.3. Тематический план профессионального модуля (очная форма обучения)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
1	2	3
МДК 03.01 Технология интернет-маркетинга		
Тема 1.1. Основы маркетинга	Содержание	16
	1. Процесс управления маркетингом, основные этапы, проблемы реализации.	16
	2. Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке.	
	3. Организация службы маркетинга на предприятии.	
	4. Маркетинговая среда предприятия в рыночной экономике.	
	5. Основные факторы микросреды функционирования фирмы.	
	6. Основные факторы макросреды функционирования фирмы.	
	7. Жизненный цикл товаров: основные стадии.	
	8. Продвижение товаров и услуг.	
	В том числе практических занятий	2
Практическое занятие 1. Разработка схемы жизненного цикла товаров	2	
Тема 1.2. Определение характеристики интернет-маркетинга и	Содержание	8
	1. Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу.	8
	2. Основные клиенты интернет-маркетинга.	
	3. Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей	
4. Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы		
Тема 1.3. Инновации в маркетинге	Содержание	6
	1. Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности	6
	2. Новые решения для рекламы: Digital Signage, Indoor TV.	
	3. Информационные системы управления опытом потребителей	8
	В том числе практических занятий Практическое занятие 2. Разработка форм опроса для сайта произвольной компании с целью определения отношения клиентов к ее товарам (услугам) с использованием	4

	цифровых технологий и электронной почты клиента	
	Практическое занятие 3. 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
Тема 1.4 Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге	Содержание	4
	1. Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа.	4
	2. Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта.	
	В том числе практических занятий	8
	Практическое занятие 4-5 Анализ внешней среды предприятия, Анализ внутренней среды предприятия	8
	Практическое занятие 6. 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	
Тема 1.5. Анализ готовности веб-сайта к продвижению	Содержание	12
	1. Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности	12
	2. Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов,	
	3. Основы письменной деловой коммуникации использования инструментов для проведения технического аудита	
	4. Правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации.	
	5. Основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. Способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта	
	В том числе практических занятий	16
	Практическое занятие 7. Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование	4
	Практическое занятие 8. Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити)	4

	Практическое занятие 9. Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов	2
	Практическое занятие 10. Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины	2
	Практическое занятие 11. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита	4
Тема 1.6.	Содержание	16
Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	1. Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов.	16
	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.	
	3. Анализ правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта.	
	4. Правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы).	
	5. Методы обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и веб-райтинга.	
	В том числе практических занятий	24
	Практическое занятие 12. 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
	Практическое занятие 13. 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
	Практическое занятие 14. Анализ практических ситуаций по составлению списка ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин	4
	Практическое занятие 15. Анализ релевантности составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта, анализ списка ключевых слов и	2

	словосочетаний на соответствие техническому заданию	
	Практическое занятие 16. Создание информационных материалов методического характера	2
	Практическое занятие 17. Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем	4
	Практическое занятие 18. 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
	Практическое занятие 19. Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, проведение анализа проектов.	2
	Практическое занятие 20. Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа	2
Тема 1.7.	Содержание	8
Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет»	1. Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения. Концепция продвижения, цели и задачи продвижения.	8
	2. Целевая аудитория, модели поведения аудитории и методы влияния на нее	
	3. Понятие «социальная сеть», общие принципы работы виртуальных социальных сетей.	
	4. SMM-стратегия, методы измерения эффективности, методы создания контента.	
	5. Стратегия продаж через «блогосферу»	
	6. Понятие и значение контент-плана в интернет-маркетинге. Виды контент-планов.	
	7. Содержание контент-плана	
	В том числе практических занятий	16
	Практическое занятие 21-22. Составление рубрикатора с предоставлением не менее трех тем для каждой рубрики, определение форматов постов и описания требований к ним	4
	Практическое занятие 23. Разработка примеров для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление	4
Практическое занятие 24.-25. Разработка и анализ контент-плана для производственного предприятия	4	
Практическое занятие 26. Разработка и анализ контент-плана для образовательного учреждения	4	
Тема 1.8	Содержание	10

Организация и проведение рекламных кампаний в социальных медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество	1. Изучение перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет»	<i>10</i>
	2. Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа	
	3. Характеристика социальных медиа	
	4. Анализ рекламных модулей.	
	5. Анализ уникальных торговых предложений и рекламных рассылок	
	В том числе практических занятий	16
	Практическое занятие 27. Разработка уникальных торговых предложений.	<i>4</i>
	Практическое занятие 28. Разработка рекламных модулей.	<i>4</i>
	Практическое занятие 29. Разработка стратегии продвижения товара.	<i>4</i>
	Практическое занятие 30. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара	<i>4</i>
Тема 1.9.	Содержание	4
Создание лендинга	1. Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования, структура.	<i>4</i>
	2. Конструкторы для создания «landing page».	12
	В том числе практических занятий	
	Практическое занятие 31- 32. Разработка лендинга для производственного предприятия	<i>4</i>
	Практическое занятие 33. Разработка лендинга для образовательного учреждения	<i>4</i>
	Практическое занятие 34. Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет»	<i>4</i>
Тема 1.10.	Содержание	6
Анализ эффективности в интернет-маркетинге	1. Концепции эффективности в интернет-маркетинге.	<i>6</i>
	2. Методы измерения в интернете.	
	3. Методы идентификации посетителей.	
	4. Измерение эффективности интернет-маркетинга.	
	5. Анализ рекламной компании по стоимости клиентов и конверсии.	
	В том числе практических занятий	12
	Практическое занятие 35.- 36. Анализ результатов маркетинговой активности.	<i>4</i>
	Практическое занятие 37. Анализ производных данных о пользователе.	
Практическое занятие 38. Расчет стоимости рекламной кампании.	<i>4</i>	

	Практическое занятие 39. Анализ принципов медиапланирования в интернете	4
Самостоятельная работа МДК 03.01		2
Учебная практика Виды работ 1. 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. 2. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита. 3. Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем. 4. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях. 5. Разработка и анализ контент-плана для разных типов предприятий. 6. Разработка уникальных торговых предложений. 7. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара. 8. Анализ результатов маркетинговой активности. 9. Расчет стоимости рекламной кампании.		-
Производственная практика Виды работ 1. Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта. 2. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта. 3. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта. 4. Анализ поисковой выдачи. 5. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи. 6. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» 7. Определение стратегии поискового продвижения. 8. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении. 9. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем. 10. Определение стратегии продвижения в социальных сетях. 11. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». 12. Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». 13. Разработка лендинга.		72

<p>14. Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы.</p> <p>15. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании.</p> <p>Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.</p>	
Экзамен по модулю	12
Всего	306

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Кабинет междисциплинарных курсов и модулей

Оборудование учебного кабинета:

1. комплекты специализированной учебной мебели;
2. рабочее место преподавателя;
3. доска классная;

Технические средства обучения:

1. компьютер с установленным лицензионным программным обеспечением:
ОС Windows, MS Office, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.
2. проектор;
3. экран.

Автоматизированные рабочие места, компьютеры с установленным лицензионным программным обеспечением:

1С: Предприятие, ОС Windows, MS Office, 7-Zip, Adobe Acrobat Reader, Comodo Internet Security, Консультант плюс, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду

Рабочее место преподавателя, комплекты специализированной мебели учащихся, доска классная, проектор, экран.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Теоретические основы товароведения

Основная литература

1. 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>

Дополнительная литература

1. 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>

4.3. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте университета (<https://knept.ru/>). Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала имеются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.
- Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет:
 - использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
 - регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
 - обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупно шрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;
- в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию КМЭПТ для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться; педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается;
- действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются; печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается; обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;
- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

При необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ОВЗ необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1	<ul style="list-style-type: none"> – 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 (юзабилити); – выявляет технические преимущества веб-сайтов конкурентов; – выявляет особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины; – использует инструменты для проведения технического аудита 	<p>Устный/письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p>
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> – определяет факторы, влияющие на позиции веб-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»; – 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>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 освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.</p>
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> – определяет маркетинговые стратегии; – составляет SMM-стратегии; – составляет контент-планы; – создает стратегии продвижения; 	<p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – проводит сегментацию целевой аудитории для разных задач и продуктов 	<p>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>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.</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 коллективе.</p> <p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе</p>
ПК 3.4	<ul style="list-style-type: none"> – 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 	
ПК 3.5	<ul style="list-style-type: none"> – 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. 	
ПК 3.6	<ul style="list-style-type: none"> – составляет информационно-аналитические справки; – оформляет отчетные документы. 	
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> – 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 и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) 	
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> – определяет задачи для поиска информации, необходимые 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.	освоения образовательной программы:
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды; – в ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ 	<ul style="list-style-type: none"> – на практических занятиях – при выполнении работ на различных этапах учебной практики;
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> – грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами, – демонстрирует толерантность в рабочем коллективе 	<ul style="list-style-type: none"> – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.
ОК 08	<ul style="list-style-type: none"> – применяет рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности; – пользуется средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной профессии (специальности) 	
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> – понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на 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. 	