

Министерство образования и науки Пермского края
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Пермский колледж предпринимательства и сервиса»

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ
ПМ.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА**

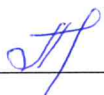
для образовательной программы среднего профессионального образования –
программы подготовки специалистов среднего звена
38.02.08 Торговое дело

Разработчик:
Смирнова В.Е., преподаватель

Рассмотрены на заседании ЦМК
«16» ноября 2023 г. Протокол № 4

Утверждены «16» ноября 2023 г.

Заместитель директора



Г.В. Айзенштат

СОГЛАСОВАНО:

Бизнес-партнер по персоналу
макрорегиона Пермь ООО «Агроторг»

«16» ноября 2023 г.



Е.С. Вайберт

г. Пермь, 2023

ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

1. Общие положения

1.1. Область применения оценочных материалов:

Оценочные материалы предназначены для оценки результатов освоения профессионального модуля ПМ.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА (ПО ВЫБОРУ) принадлежит к профессиональному учебному циклу (ПМ.00).

1.2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля:

В результате изучения профессионального модуля студент должен освоить основной вид деятельности «Организация и осуществление интернет-маркетинга» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

общие:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03. 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 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

профессиональные:

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».

1.3. Требования к результатам освоения профессионального модуля:

В результате изучения профессионального модуля обучающийся 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;
- 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.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен 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;

- 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.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен 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;
- 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.

1.4. Промежуточная аттестация проводится в форме: экзамен (квалификационный)

Информационное обеспечение

Основная литература:

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>

Дополнительная литература:

1. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе / Л. П. Гаврилов. – М. : Юрайт, 2023.
2. Гаврилов, Л. П. Основы электронной коммерции и бизнеса / Л. П. Гаврилов. – М. : Юрайт, 2023.
3. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455587>
4. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 1-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450907>
5. Основы коммерческой деятельности : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 506 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452612>
6. <https://urait.ru/> - Образовательная платформа «Юрайт».

Справочные правовые системы:

1. Консультант Плюс

Промежуточная аттестация
МДК 03.01. Технология интернет-маркетинга

Дифференцированный зачет в форме защиты выполненных проектов (Защита презентации лендинга):

Критерии оценки – 1 балл

- 1 Разработать лендинг на платформе flexbe.
- 2 Установить на лендинге главное целевое действие и подкрепить главное целевое действие аргументами.
- 3 Установить на лендинге не менее 2-х дополнительных целевых действия.
- 4 Подготовить презентацию для защиты (презентация должны включать в себя пакет инструментов для продвижения: стратегия, контент- план, ссылку на лендинг).
- 5 Подготовить все материалы практических работ.

Критерии оценки:

от 5 до 5 оценка **5** (отлично)

от 4 до 4 оценка **4** (хорошо)

от 3 до 3 оценка **3** (удовлетворительно)

менее 2 оценка **2** (неудовлетворительно)

ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

ПМ.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

Условия выполнения задания

1. Место выполнения задания: учебная аудитория.
2. Максимальное время выполнения задания: 6 часов.

Задания для экзамена по модулю

Задание 1:

Легенда

Наш заказчик – «Лазерный центр». Это российская научно-производственная компания, которая объединяет специалистов высокой квалификации, имеющих уникальный опыт проектирования и изготовления лазерных систем, внедрения передовых лазерных технологий в различные производства.

Офисы и производственные базы «Лазерного центра» находятся в Москве, Санкт-Петербурге, Казани и Нижнем Новгороде.

Компания имеет партнерские связи со многими промышленными компаниями, научно-исследовательскими институтами и вузами.

Специалисты компании являются признанными экспертами в сфере лазерной техники и технологий лазерной обработки разнообразных материалов.

Компания сама разрабатывает и создает станки и другое оборудование для лазерной обработки.

«Лазерный центр» успешно решает задачи по интеграции лазеров в различные технологичные процессы, разрабатывает инновационные подходы в технологии обработки материалов.

Производственные возможности компании:

- Технологии лазерной маркировки и гравировки
- Технологии лазерной резки неметаллов
- Прецизионная (сверхточная) [резка металлов](#)
- Технология лазерной сварки
- Роботизированные решения

Услуги:

- - Высококачественная лазерная гравировка и резка
- - Гравировка и нанесение на сувенирах
- - УФ-печать на подарках, бизнес-сувенирах
- - Лазерная гравировка внутри стекла
- - Изготовление бейджей для персонала
- - Изготовление табличек и шильдов
- - Изготовление печатей и штампов
- - Лазерная гравировка клавиатур (русификация), телефонов, ноутбуков
- - Лазерная гравировка обручальных колец, свадебных замков
- - Изготовление номерков для гардероба
- - Промышленная маркировка, штрих-код, QR-код
- - Макеты, модели, пазлы

В сети Интернет у компании «Лазерный центр» есть сайт newlaser.ru, а также страницы в соцсетях ВКонтакте и Instagram.

Задание

Сравнительный анализ конкурентов:

1. Найти не менее 10 аналогичных проектов, составив аналитическую справку, в которой будет проведен анализ проектов не менее чем по 5 критериям.
2. Составить таблицу сравнительного анализа аналогичных проектов, на основании которой сделать не менее 5 выводов.

3. Выявить страницы/аккаунты этих проектов, провести сравнительный анализ, на основании которого также сделать не менее 5 выводов.

Продвижение в социальных сетях

1. Определить и описать целевую аудиторию.
2. Создать стратегию продвижения в соответствии с целевой аудиторией по направлениям:
 - Концепция:
 - Цели
 - Задачи для достижения каждой цели, если их более одной
 - Целевая аудитория: характеристика для таргета
 - Модели поведения аудитории и чем можно на нее влиять
 - Основная идея в контенте
 - Рубрикатор
 - Реализация в соцсетях
 - Примеры:
 - Стиль текста
 - Дизайн и оформление
 - Темы в рубриках
 - Примеры постов из рубрик
 - Примеры опросов
 - Примеры конкурсов
3. Определить социальные сети для продвижения и обосновать их.
4. Составить контент-план на 2 недели, учитывая правила их разработки.
5. Написаны тексты для следующих видов постов:
 - пост-вызов
 - пост «за кулисами»
 - вдохновляющий пост
 - пост-ответ
 - пост-статистика
 - пост-цитатник
 - пост-конкурс
 - пост-обсуждение

Создание уникального торгового предложения (УТП)

1. Создать почтовый ящик @yandex.ru для общения с целевой аудиторией от лица администрации проекта

Рассылки

1. Придумать 1 автоматическую \периодическую\триггерную\служебную рассылку. Составить текст письма.

Критерии оценки

«Отлично» - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, умения сформированы, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено высоко.

«Хорошо» - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые умения сформированы недостаточно, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

«Удовлетворительно» - теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые умения работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий содержат ошибки.

«Неудовлетворительно» - теоретическое содержание курса не освоено, необходимые умения не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки.