

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

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА**  
для образовательной программы среднего профессионального образования –  
программы подготовки специалистов среднего звена  
38.02.08 Торговое дело

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело (утвержденный приказом Министерства просвещения РФ от 19 июля 2023 г. № 548)

Разработчик программы:  
Смирнова В.Е., преподаватель

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

Утверждена      «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

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>3</b>
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>7</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>18</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>19</b>

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

## **1.1. Место дисциплины в структуре образовательной программы среднего профессионального образования:**

Профессиональный модуль ПМ.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА 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. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля**

Всего часов – 540

Из них: на освоение МДК – 310

самостоятельная работа – 36

учебная практика - 36

производственная практика – 144

промежуточная аттестация – 14

## 2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 2.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	Самост. работа	Обучение по МДК			
				Всего	В том числе		
					практичес. занятия	Курсовые работы (проектов)	Промежуточная аттестация
ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09	МДК.03.01 Технология интернет-маркетинга	354	36	310	150	30	14
	Учебная практика, часов	<b>36</b>					
	Производственная практика	144					
	Промежуточная аттестация	6					
	<b>Всего:</b>	<b>540</b>					

## 2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения	Код ПК, ОК
1	2	3	4	5
<b>МДК.03.01. Технология интернет-маркетинга</b>		<b>354</b>		
Тема 1.1. Основы маркетинга	<b>Содержание учебного материала</b> Процесс управления маркетингом. (сегментирование рынка, позиционирование товара на рынке, организация службы маркетинга) Маркетинговая среда (Основные факторы микросреды функционирования фирмы. Основные факторы макросреды функционирования фирмы). Жизненный цикл товаров. Продвижение товаров.	12/12	1,2	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
Тема 1.2. Определение и характеристики интернет-маркетинга	<b>Содержание учебного материала</b> Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу. Основные клиенты интернет-маркетинга. Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей. Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы.	12/24	2	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
Тема 1.3. Инновации в маркетинге	<b>Содержание учебного материала</b> Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности. Новые решения для рекламы: Digital Signage, Indoor TV. Информационные системы управления опытом потребителей.	12/36	1	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>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.	6/42	1,2	
	<b>Практическое занятие №2</b> Формирование отчета по поиску числа посетителей сайта, используя возможности маркетинговой программы (SerpParser или аналогичной):	6/48	1,2	



Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения	Код ПК, ОК
	составьте отчет по поиску числа посетителей сайта предприятия по месяцам и дням, в том числе из разных поисковых систем.			
Тема 1.4. Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге	<p><b>Содержание учебного материала</b></p> <p>Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа.            Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта.</p> <p><b>Практическое занятие №3</b></p> <p>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.</p>	12/60	2	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
Тема 1.5. Анализ готовности веб-сайта к продвижению	<p><b>Содержание учебного материала</b></p> <p>Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, 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. Основ оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. Способов корректировки внутренних ошибок веб-сайта.</p> <p><b>Практическое занятие №4</b></p> <p>Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование.</p> <p><b>Практическое занятие №5</b></p> <p>Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити).</p> <p><b>Практическое занятие №6</b></p>	12/78	1,2	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
		6/84	1,2	
		6/90	2,3	
		6/96	2,3	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения	Код ПК, ОК
	Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов			
	<b>Практическое занятие №7</b> Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины.	6/102	2,3	
	<b>Практическое занятие №8</b> Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита.	6/108	2,3	
Тема 1.6. Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	<b>Содержание учебного материала</b> Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов. Организация правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний, стандартов делового общения в письменной и устной форме, особенностей функционирования современных поисковых машин. Анализ правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего 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.	12/120	1,2	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>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.	6/126	2,3	
	<b>Практическое занятие №10</b> Анализ практических ситуаций на актуализацию информации о поведении пользователей веб-сайтов и заданной тематики в	6/132	2,3	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения	Код ПК, ОК
	информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», анализ собранной информации и принятие решения о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины.			
	<b>Практическое занятие №11</b> Анализ практических ситуаций по составлению списка ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин.	6/138	2,3	
	<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.	6/144	2,3	
	<b>Практическое занятие №13</b> Создание информационных материалов методического характера.	6/150	2,3	
	<b>Практическое занятие №14</b> Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.	6/156	2,3	
	<b>Практическое занятие №15</b> Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, проведение анализа проектов.	6/162	2,3	
	<b>Практическое занятие №16</b> Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа.	6/168	2,3	
Тема 1.7. Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной	<b>Содержание учебного материала</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.	12/180	1,2	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5,

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения	Код ПК, ОК
кампаний и их реализация в сети «Интернет»	Понятие «социальная сеть», общие принципы работы виртуальных социальных сетей. SMM-стратегия, методы измерения эффективности, методы создания контента. Стратегия продаж через «блогосферу». Понятие и значение контент-плана в интернет-маркетинге. Виды контент-планов. Содержание контент-плана.			ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09
	<b>Практическое занятие №17</b> Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях.	6/186	2,3	
	<b>Практическое занятие №18</b> Составление рубрикатора с предоставлением не менее трех тем для каждой рубрики, определение форматов постов и описания требований к ним.	6/192	2,3	
	<b>Практическое занятие №19</b> Разработка примеров для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление.	6/198	2,3	
	<b>Практическое занятие №20</b> Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия.	6/204	2,3	
Тема 1.8. Организация и проведение рекламных кампании в социальных медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество	<b>Содержание учебного материала</b> Изучение перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет». Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа. Анализ рекламных модулей, уникальных торговых предложений, рассылок.	14/218	1,2	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>Практическое занятие №21</b> Разработка уникальных торговых предложений.	6/224	2,3	
	<b>Практическое занятие №22</b> Разработка рекламных модулей.	6/230	2,3	
	<b>Практическое занятие №23</b> Разработка стратегии продвижения товара.	6/236	2,3	
	<b>Практическое занятие №24</b>	4/240	2,3	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения	Код ПК, ОК
	Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара.			
Тема 1.9. Создание лендинга	<b>Содержание учебного материала</b> Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования, структура. Конструкторы для создания «landing page».	12/252	1,2	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>Практическое занятие №25</b> Разработка лендинга для коммерческого предприятия.	4/256	2,3	
	<b>Практическое занятие №26</b> Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет».	4/260	2,3	
<b>Курсовая работа</b> <b>Тематика курсовых работ</b> 1. Продвижение социальных проектов в сети Интернет. 2. Использование инструментов мобильного маркетинга в продвижении бизнеса. 3. Вирусный маркетинг и его влияние на продвижение бизнеса в сети. 4. Навязчивая реклама как инструмент повышения узнаваемости бренда. Положительные и отрицательные стороны. 5. Сравнительный анализ коммерческих и некоммерческих систем управления контентом (CMS). 6. Эффективное продвижение: сайт или страница в социальных сетях. 7. Удержание пользователя на сайте: методы и приемы улучшения поведенческих факторов. 8. Эффективность прямого маркетинга в сети Интернет. 9. Построение эффективной контекстной рекламной кампании в сети Интернет. 10. Влияние применения медиаинструментов на привлечение потенциальных пользователей в сети Интернет. 11. Развитие платежных онлайн-систем в Республике Беларусь и особенности их применения. 12. Перспективы развития электронной коммерции в Республике Беларусь. 13. Сравнительный анализ продвижения в поисковой системе Яндекс и Google. 14. Медиапланирование в продвижении интернет-магазина. 15. Продвижение некоммерческих организаций в сети Интернет. 16. Особенности продвижения информационного портала. 17. Проведение рекламных акций в сети Интернет. 18. Особенности раскрутки молодого сайта в сети Интернет. 19. Оценка эффективности функционирования сайта.		30		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения	Код ПК, ОК
	<p>20. Совмещение интернет-маркетинга с традиционным маркетингом в продвижении бизнеса.</p> <p>21. Выбор инструментов интернет-маркетинга в зависимости от целей и задач бизнеса.</p> <p>22. Поддержание лояльности клиентов в сети Интернет.</p> <p>23. Перспективы развития интернет-аукционов в Республике Беларусь.</p> <p>24. Оценка эффективности стратегии интернет-маркетинга.</p> <p>25. Методы привлечения посетителей на сайт в современных условиях развития сети Интернет.</p> <p>26. Методы повышения юзабилити сайта.</p> <p>27. Значение веб-сайта в системе маркетинга предприятия.</p> <p>28. Методы получения данных в сети Интернет для реализации маркетинговой деятельности.</p> <p>29. Организация коммуникативной политики сети Интернет.</p> <p>30. Методы по стимулированию сбыта в сети Интернет.</p> <p>31. Брендинг в сети Интернет.</p> <p>32. Связи с общественностью в сети Интернет.</p> <p>33. Использование возможностей сети Интернет в организации маркетинговой деятельности на предприятии.</p> <p>34. Создание продающего видео-контента и управление официальными видео-каналами на Youtube.</p> <p>35. Организация маркетинговой деятельности в сети Интернет.</p> <p>36. Использование тестирования и инструментов онлайн-анализа в визуальной оптимизации сайта.</p> <p>37. Продающий контент сайта как условие успешного ведения бизнеса.</p> <p>38. Современные тенденции в развитии интернет-маркетинга и их применение.</p> <p>39. Продвижение малобюджетных проектов в сети Интернет.</p> <p>40. Редизайн сайта как необходимое условие его успешного продвижения.</p> <p>41. Реклама как способ заработка в сети Интернет.</p> <p>42. Осуществление брокерских операций в байнете и направления их развития.</p> <p>43. Сетевой маркетинг в сети Интернет.</p> <p>44. Построение эффективной стратегии продвижения услуг в сети Интернет.</p> <p>45. Методы повышения узнаваемости бренда в сети Интернет и результаты их применения.</p> <p>46. Особенности организации оптовой торговли в сети Интернет.</p> <p>47. Построение эффективной системы коммуникаций с постоянными покупателями и заказчиками в сети Интернет.</p> <p>48. Продвижение учреждений образования и образовательных услуг в сети Интернет.</p>			

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения	Код ПК, ОК
<p>49. Применение методов партизанского маркетинга для продвижения бренда в сети Интернет.</p> <p>50. Спам-продвижение в сети Интернет.</p> <p><b>Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовой работе</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Выбор темы курсовой работы, формулировка актуальности исследования, определение цели, постановка задач.</li> <li>2. Подбор источников и литературы, проверка актуальности предлагаемой в них информации, составление библиографического списка и плана курсовой работы плана.</li> <li>3. Теоретический анализ источников и литературы, определение понятийного аппарата. Систематизация собранного фактического и цифрового материала путем сведения его в таблицы, диаграммы, графики и схемы.</li> <li>4. Написание введения курсовой работы. Формулировка актуальности, цели, задач, объекта, предмета, методов предстоящего исследования</li> <li>5. Обобщение теоретических аспектов по проблеме исследования в главе первой курсовой работы.</li> <li>6. Оформление результатов практических исследований в главе второй курсовой работы.</li> <li>7. Подбор и оформление приложений по теме курсовой работы.</li> <li>8. Составление заключения курсовой работы, содержащее формулировку выводов и предложений по результатам теоретического и практического материала.</li> <li>9. Требования к содержанию презентации курсовой работы и составление презентации курсовой работы.</li> </ol> <p>Защита курсовой работы (публичная защиты курсовой работы).</p>				
<b>Консультации</b>		20		
<b>Самостоятельная работа</b>		36		
<b>Промежуточная аттестация по МДК.03.01: дифференцированный зачет (2 семестр)</b>		2		
<b>Промежуточная аттестация по МДК.03.01: экзамен (4 семестр)</b>		6		
<b>Всего по МДК.03.01</b>		<b>354</b>		
<b>УП.03.01 Учебная практика</b>		<b>36</b>		
<b>Виды работ:</b>				
1. Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта.				
2. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта.				

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения	Код ПК, ОК
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».				
<b>ПП.03.01 Производственная практика</b> <b>Виды работ</b> 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. 14. Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы. 15. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании. 16. Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.		<b>144</b>		
<b>Экзамен (квалификационный) по ПМ.03</b>		<b>6</b>		
	<b>Всего по ПМ.03</b>	<b>540</b>		



Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены:**

- 1) Лаборатория:  
предпринимательства и интернет – маркетинга
- 2) технические средства обучения:
  - проектор;
  - экран;
  - компьютеры;
- 3) программные средства:
  - MS Word;
  - MS Excel;
  - MS Power Point.

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

##### **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

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения учебных занятий и проверки самостоятельной работы.

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;</p> <p>документирует выявленные ошибки в работе веб-сайта;</p> <p>формулирует предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);</p> <p>выявляет технические преимущества веб-сайтов конкурентов;</p> <p>выявляет особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;</p> <p>использует инструменты для проведения технического аудита</p>	<p>Устный / письменный опрос.</p> <p>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 освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.</p>
ПК 3.2. Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	<p>определяет факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;</p> <p>составляет список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;</p> <p>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;</p> <p>составляет список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;</p> <p>анализирует релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;</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>

	анализирует список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию	Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.
ПК.3.3. Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки	определяет маркетинговые стратегии; составляет SMM-стратегии; составляет контент-планы; создает стратегии продвижения; проводит сегментацию целевой аудитории для разных задач и продуктов	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.
ПК 3.4. Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество;	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	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: – на практических занятиях – при выполнении работ на различных этапах учебной практики; – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.
ПК 3.5. Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика	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. Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	составляет информационно-аналитические справки; оформляет отчетные документы.	
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; выделяет составные части и определяет этапы решения задачи;	

	<p>выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы;</p> <p>составляет план действия и определяет необходимые ресурсы;</p> <p>демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;</p> <p>реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p>	
<p>ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности</p>	<p>определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска;</p> <p>структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска;</p> <p>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;</p> <p>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 и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами,</p> <p>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 государственном и иностранном языках</p>	<p>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.</p>	

#### 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.