

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ
«ЧЕРЕМХОВСКИЙ ГОРНОТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИМ. М.И.
ЩАДОВА»**

Утверждаю:

Директор ГБПОУ
«ЧГТК им. М.И. Щадова»

_____ Сычев С.Н.
«02» февраля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.05 Организация и осуществление интернет-маркетинга

программы подготовки специалистов среднего звена

по специальности

38.02.08 Торговое дело

Черемхово, 2024

РАССМОТРЕНА

Рассмотрено на
заседании ЦК
«Информатики и ВТ»
Протокол №5
«09» января 2024 г.
Председатель: Коровина Н.С.

ОДОБРЕНА

Методическим советом
колледжа
Протокол № 3
от «10» января 2024 года
Председатель МС: Е.А. Литвинцева

Рабочая программа профессиональной модуля «**ПМ.05 Организация и осуществление интернет маркетинга**» разработана в соответствии с ФГОС СПО, с учетом примерной программы учебной дисциплины «ПМ.03 Организация и осуществление интернет - маркетинга» по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Разработчик (и):

Плескач Татьяна Алексеевна – преподаватель ГБПОУ «ЧГТК им. М.И. Щадова»

СОДЕРЖАНИЕ

	СТР.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	10
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	23
5. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ	24
6. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	25
ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	31

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.05 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 СПО по специальности **38.02.08 Торговое дело**, укрупненной группы специальностей **38.00.00 Экономика и управление**, в части освоения основного вида профессиональной деятельности «Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору) и соответствующих профессиональных компетенций.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании, в программах подготовки и переподготовки специалистов.

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

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

Базовая часть

В результате освоения профессионального модуля студент должен:

иметь практический опыт:

- 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.

знать:

- 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 сообщающего 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

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.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля

Объем образовательной программы 333 часов, включает:

- самостоятельную работу 0 часов;
- учебные занятия 197 часов, в том числе практические, лабораторные работы 129 часов, курсовые работы (проекты) 0 часов;
- консультацию 6 часов;

- промежуточную аттестацию 22 часов;
- учебной практики 36 часов
- производственной практики 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Базовая часть

<i>Код</i>	<i>Наименование результата обучения¹</i>
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	Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети
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 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

¹ Наименование результатов обучения производится в соответствии с текстом ФГОС СПО

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

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды формируемых компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		Промежуточная аттестация		
			Обучение по МДК			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная, часов	Консультация	Экзамен	
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
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	Раздел 1 Организация интернет-маркетинга	109	101	57	0	0		-	-	2	6	
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	Раздел 2 Осуществление интернет-маркетинга	104	96	72	0	0		-	-	2	6	
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	Учебная практика, часов	36						36	-			
ПК 3.1 ПК 3.2, ПК 3.3	Производственная	72								72		

ПК 3.4, ПК 3.5 ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09	практика (по профилю специальности), часов										
	Экзамен по модулю	12						2	10		
	Всего:	333	197	71	0	0	-	36	72	6	22

3.2. Тематический план и содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.05 Организация и осуществление интернет-маркетинга

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	№ занятия	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)	Объем часов	Уровень освоения	Коды компетенций, формирование которых способствует элемент программы
1	2	3	4	5	6
Семестра №5			35		
Раздел 1. Организация интернет-маркетинга			101		ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 ПК 3.1 ПК 3.2, ПК 3.3 ПК 3.4, ПК 3.5 ПК 3.6
МДК 1.1. Организация интернет маркетинга			109		
Тема 1.1. Основы маркетинга	Содержание учебного материала		20		
	1	Процесс управления маркетингом, основные этапы, проблемы реализации.	2	2	
	2	Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке.	2	2	
	3	Организация службы маркетинга на предприятии.	2	2	
	4	Маркетинговая среда предприятия в рыночной экономике.	2	2	
	5	Основные факторы микросреды функционирования фирмы.	2	2	
	6	Основные факторы макросреды функционирования фирмы.	2	2	
	7	Жизненный цикл товаров: основные стадии.	2	2	
	8	Продвижение товаров и услуг.	2	2	
9	Практическое занятие №1. Разработка схемы жизненного цикла товаров	2	2		
10	Практическое занятие №2. Разработка схемы жизненного цикла товаров	2	2		

Тема 1.2. Определение и характеристики интернет-маркетинга		Содержание учебного материала	4		ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 ПК 3.1 ПК 3.2, ПК 3.3 ПК 3.4, ПК 3.5 ПК 3.6
	11	Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу. Основные клиенты интернет-маркетинга	2	2	
	12	Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей. Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы	2	2	
Тема 1.3. Инновации в маркетинге		Содержание учебного материала	11		ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 ПК 3.1 ПК 3.2, ПК 3.3 ПК 3.4, ПК 3.5 ПК 3.6
	13	Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности. Новые решения для рекламы: Digital Signage, Indoor TV.	2	2	
	14	Информационные системы управления опытом потребителей	2	2	
	15	Практическое занятие №3. Разработка форм опроса для сайта произвольной компании с целью определения отношения клиентов к ее товарам (услугам) с использованием цифровых технологий и электронной почты клиента	2	2	
	16	Практическое занятие №4. Разработка форм опроса для сайта произвольной компании с целью определения отношения клиентов к ее товарам (услугам) с использованием цифровых технологий и электронной почты клиента	2		
	17	Практическое занятие №5. 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.	2	2	
	18	Практическое занятие №6. Формирование отчета по поиску числа	1	2	

		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.			
		Семестр №6	66		
Тема 1.4 Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге		Содержание учебного материала	12	2	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 ПК 3.1 ПК 3.2, ПК 3.3 ПК 3.4, ПК 3.5 ПК 3.6
	19	Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа.	2	2	
	20	Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта.	2	2	
	21	Практическое занятие №7. Анализ внешней среды предприятия	2	2	
	22	Практическое занятие №8. Анализ внутренней среды предприятия	2	2	
	23	Практическое занятие №9. 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	2	
	24	Практическое занятие №10. 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	2	
Тема 1.5. Анализ готовности веб-сайта к продвижению		Содержание учебного материала	30		ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 ПК 3.1
	25	Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности	2	2	
	26	Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов,	2	2	
	27	Основы письменной деловой коммуникации использования инструментов для проведения технического аудита	2	2	
	28	Правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга	2	2	

		организации.			ПК 3.2, ПК 3.3 ПК 3.4, ПК 3.5 ПК 3.6
	29	Основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. Способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта	2	2	
	30	Практическое занятие №11. Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование	2	2	
	31	Практическое занятие №12. Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование	2	2	
	32	Практическое занятие №13. Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити)	2	2	
	33	Практическое занятие №14 Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити)	2	2	
	34	Практическое занятие №15 Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов	2	2	
	35	Практическое занятие №16 Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов	2	2	
	36	Практическое занятие №17. Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины	2	2	
	37	Практическое занятие №18. Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины	2	2	
	38	Практическое занятие №19. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита	2	2	
	39	Практическое занятие №20. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита	2	2	
Тема 1.6. Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-		Содержание учебного материала	28		ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05,
	40	Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов.	2	2	

телекоммуникационной сети «Интернет»	41	Организация правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний, стандартов делового общения в письменной и устной форме, особенностей функционирования современных поисковых машин.	1	2	ОК 08, ОК 09 ПК 3.1 ПК 3.2, ПК 3.3 ПК 3.4, ПК 3.5 ПК 3.6
	42	Анализ правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта.	1	2	
	43	Правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы).	1	2	
	44	Методы обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и веб-рейтинга.	1	2	
	45	Практическое занятие №21. Анализ практических ситуаций на определение факторов, влияющих на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче. Составление списка ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи.	2	2	
	46	Практическое занятие №22. 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.	2	2	
	47	Практическое занятие №23. Анализ практических ситуаций по составлению списка ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин	2	2	
	48	Практическое занятие №24. Анализ релевантности составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта, анализ списка ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию	2	2	
	49	Практическое занятие №25. Создание информационных материалов методического характера	2	2	
	50	Практическое занятие №26. Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых	2	2	

		систем			
	51	Практическое занятие №27. 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.	2	2	
	52	Практическое занятие №28. Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, проведение анализа проектов.	2	2	
	53	Практическое занятие №29. Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа	2	2	
		Консультация	2		
		Промежуточная аттестация	8		
Раздел 2 Осуществление Интернет маркетинга			104		
МДК 05.01 Осуществление Интернет маркетинга			104		
		Семестр №5	30		
Тема 2.1 Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет»		Содержание учебного материала	30		
	1	Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения. Концепция продвижения, цели и задачи продвижения.	2	2	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 ПК 3.1 ПК 3.2, ПК 3.3 ПК 3.4, ПК 3.5 ПК 3.6
	2	Целевая аудитория, модели поведения аудитории и методы влияния на нее	1	2	
	3	Понятие «социальная сеть», общие принципы работы виртуальных социальных сетей.	1	2	
	4	SMM-стратегия, методы измерения эффективности, методы создания контента.	1	2	
	5	Стратегия продаж через «блогосферу»	1	2	
	6	Понятие и значение контент-плана в интернет-маркетинге. Виды контент-планов.	1	2	

	7	Содержание контент-плана	1	2	
	8	Практическое занятие №1. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях	2	2	
	9	Практическое занятие №2. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях	2	2	
	10	Практическое занятие №3. Составление рубрикатора с предоставлением не менее трех тем для каждой рубрики, определение форматов постов и описания требований к ним	2	2	
	11	Практическое занятие №4. Составление рубрикатора с предоставлением не менее трех тем для каждой рубрики, определение форматов постов и описания требований к ним	2	2	
	12	Практическое занятие №5. Разработка примеров для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление	2	2	
	13	Практическое занятие №6. Разработка примеров для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление	2	2	
	14	Практическое занятие №7. Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия	2	2	
	15	Практическое занятие №8. Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия	2	2	
	16	Практическое занятие №9. Разработка и анализ контент-плана для производственного предприятия	2	2	
	17	Практическое занятие №10. Разработка и анализ контент-плана для производственного предприятия	2	2	
	18	Практическое занятие №11. Разработка и анализ контент-плана для образовательного учреждения	2	2	
		Семестр №6	66		
Тема 2.2 Организация и проведение рекламных кампаний в социальных медиа, для привлечения		Содержание учебного материала	22		ОК 01, ОК 02, ОК 04,
	19	1. Изучение перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет»	2	2	
	20	2. Особенности функционирования современных рекламных систем в	1	2	

		составе социальных медиа			ОК 05, ОК 08, ОК 09 ПК 3.1 ПК 3.2, ПК 3.3 ПК 3.4, ПК 3.5 ПК 3.6
21	3.	Характеристика социальных медиа	1	2	
22	4.	Анализ рекламных модулей.	1	2	
23	5.	Анализ уникальных торговых предложений и рекламных рассылок	1	2	
24		Практическое занятие №12. Разработка уникальных торговых предложений.	2	2	
25		Практическое занятие №13. Разработка уникальных торговых предложений.	2	2	
26		Практическое занятие №14. Разработка рекламных модулей.	2	2	
27		Практическое занятие №15. Разработка рекламных модулей.	2	2	
28		Практическое занятие №16. Разработка стратегии продвижения товара.	2	2	
29		Практическое занятие №17. Разработка стратегии продвижения товара.	2	2	
30		Практическое занятие №18. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара	2	2	
31		Практическое занятие №19. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара	2	2	
Тема 2.3. Создание лендинга		Содержание учебного материала	18		ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 ПК 3.1 ПК 3.2, ПК 3.3 ПК 3.4, ПК 3.5 ПК 3.6
32		Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования, структура.	1	2	
33		Конструкторы для создания «landing page».	1	2	
34		Практическое занятие №20. Разработка лендинга для коммерческого предприятия	2	2	
35		Практическое занятие №21. Разработка лендинга для коммерческого предприятия	2	2	
36		Практическое занятие №22. Разработка лендинга для производственного предприятия	2	2	
37		Практическое занятие №23. Разработка лендинга для производственного предприятия	2	2	
38		Практическое занятие №24. Разработка лендинга для образовательного учреждения	2	2	

	39	Практическое занятие №25 Разработка лендинга для образовательного учреждения	2	2	
	40	Практическое занятие №26. Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет»	2	2	
	41	Практическое занятие №27. Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет»	2	2	
Тема 2.4. Анализ эффективности в интернет-маркетинге		Содержание учебного материала	26		ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 ПК 3.1 ПК 3.2, ПК 3.3 ПК 3.4, ПК 3.5 ПК 3.6
	42	Концепции эффективности в интернет-маркетинге.	2	2	
	43	Методы измерения в интернете.	1	2	
	44	Методы идентификации посетителей.	1	2	
	45	Измерение эффективности интернет-маркетинга.	2	2	
	46	Анализ рекламной компании по стоимости клиентов и конверсии.	2	2	
	47	Практическое занятие №28. Анализ технологии меток.	2	2	
	48	Практическое занятие №29. Анализ технологии меток.	2	2	
	49	Практическое занятие №30. Анализ результатов маркетинговой активности.	2	2	
	50	Практическое занятие №31. Анализ результатов маркетинговой активности.	2	2	
	51	Практическое занятие №32. Анализ производных данных о пользователе.	2	2	
	52	Практическое занятие №33. Анализ производных данных о пользователе.	2	2	
	53	Практическое занятие №34. Расчет стоимости рекламной кампании.	2	2	
54	Практическое занятие №35. Расчет стоимости рекламной кампании.	2	2		
55	Практическое занятие №36. Анализ принципов медиапланирования в интернете	2	2		
		Консультация	2		
		Промежуточная аттестация	8		
		Учебная практика	36		ОК 01,

		<p>Виды работ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Аудитория Интернета. Основные принципы работы с аудиторией сайта 2. Анонсирование сайта в поисковых системах. Поисковая оптимизация. 3. Технологии баннерной рекламы 4. Технологии контекстной рекламы 5. Оптимизация для социальных сетей (Social Media Optimization). PR в Интернете. Методы создания виртуального сообщества интернет-проекта 6. Медиа планирование. Анализ эффективности интернет-рекламы. Веб-аналитика 			<p>ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 ПК 3.1 ПК 3.2, ПК 3.3 ПК 3.4, ПК 3.5 ПК 3.6</p>
		<p>Производственная практика</p> <p>Виды работ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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». 	72		<p>ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 ПК 3.1 ПК 3.2, ПК 3.3 ПК 3.4, ПК 3.5 ПК 3.6</p>

		<p>12. Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p> <p>13. Разработка лендинга.</p> <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>16. Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.</p>			
		Консультация	2		
		Промежуточная аттестация	10		
		Всего	333		

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы профессионального модуля требует наличие:

- Лаборатории «Предпринимательства и интернет-маркетинга»
название

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебно-методический комплекс по дисциплине;
- и т.д.

Технические средства обучения:

- персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;
- проектор с экраном;
- и т.д.

5. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

5.1. Основные электронные издания:

О-1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. — Москва : Дашков и К, 2021. — 352 с. — ISBN 978-5-394-04250-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/229319> (дата обращения: 12.01.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

5.2. Дополнительные источники:

Д-1. Кульпин, С. В. Структура и содержание интернет-маркетинга : учебное пособие / С. В. Кульпин ; под редакцией Е.В. Попова. — 2-е изд. — Москва : ФЛИНТА, 2022. — 100 с. — ISBN 978-5-9765-5004-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/231671> (дата обращения: 15.01.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Д-2. Ветцель, К. Я. Интернет-маркетинг : учебное пособие / К. Я. Ветцель. — Красноярск : СФУ, 2018. — 176 с. — ISBN 978-5-7638-4010-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/157667> (дата обращения: 16.01.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

6 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
<i>Раздел 1. Организация интернет маркетинга</i>		
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> <p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.</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 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> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и</p>
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> – определяет маркетинговые стратегии; 	<p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – составляет SMM-стратегии; – составляет контент-планы; – создает стратегии продвижения; – 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>
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. 	<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>
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) 	<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>
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 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе</p>

	<p>в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска;</p> <ul style="list-style-type: none"> – оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач. 	<p>освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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.
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 	
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 	
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. 	
Раздел 2. Осуществление интернет-маркетинга		
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); 	<p>Устный/письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Проверка правильности</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – 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>выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p> <p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.</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 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> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p>
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> – определяет маркетинговые стратегии; – составляет SMM-стратегии; – составляет контент-планы; – создает стратегии продвижения; – проводит сегментацию целевой аудитории для разных задач и продуктов 	<p>Экспертная оценка создания и представления презентаций.</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 	<p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке</p>
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 	<p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке</p>

	<p>создание лендинга для сторонних организаций;</p> <ul style="list-style-type: none"> – определяет СТА для лендингов; – работает с бесплатными сервисами создания лендингов; – создает уникальное торговое предложение для определенных задач; – работает с сервисами рассылок. 	<p>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>
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) 	<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>
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. 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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.
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 	
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> – грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по 	

	<p>профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами,</p> <ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует толерантность в рабочем коллективе 	
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. 	

**ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ
ПРОГРАММУ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ²**

№ изменения, дата внесения, № страницы с изменением	
Было	Стало
Основание:	
Подпись лица, внесшего изменения _____	

² Данный раздел выносится на отдельную страницу