

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Усынин Максим Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 20/04/2025 15:47:25  
Уникальный программный ключ:  
f498e59e83f65dd7c3ce7bb8a25cbbabb33ebc58

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»  
(ЧОУВО МИДиС)**

Кафедра экономики и управления

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

Специальность: 38.02.08 Торговое дело

Направленность (профиль): Предпринимательство и интернет маркетинг

Квалификация выпускника: Специалист торгового дела

Уровень базового образования обучающегося: Среднее общее образование

Форма обучения: Очная

Год набора: 2024

Челябинск 2025

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга разработана на основе требований федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 19 июля 2023 г. № 548 и примерной основной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена специальности 38.02.08 Торговое дело.

Автор-составитель: Толкунова И.И., старший преподаватель кафедры экономик и управления

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры экономики и управления  
Протокол № 09 от 28.04.2025 г.

Заведующий кафедрой экономика и управления

Е.Г. Бодрова

Эксперты (рецензенты):

**СОДЕРЖАНИЕ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА .....	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	9
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	19
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ .....	22

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

### 1.1. Место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы

Профессиональный модуль является обязательной частью профессионального учебного цикла образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело.

#### 1.2.2. Требования к результатам освоения профессионального модуля

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

##### 1.2.1. Перечень общих компетенций:

КОД	Наименование общих компетенций
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 07.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

##### 1.2.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование профессиональных компетенций
<b>ВД 3</b>	<b>Организация и осуществление интернет-маркетинга</b>
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 «Интернет»
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»

## 1.2.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проведения технического анализа аудируемого веб-сайта; проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта; проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.</li> <li>2. 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.</li> <li>3. Определения стратегии продвижения в социальных сетях.</li> <li>4. Размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</li> <li>5. Разработки лендинга.</li> <li>6. 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.</li> </ol>
Уметь	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).</li> <li>2. Определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</li> <li>3. 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.</li> <li>4. 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</li> </ol>

	<p>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.</p> <p>5. Определять маркетинговые стратегии; составлять smm-стратегии; составлять контент-планы; создавать стратегии продвижения; сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов.</p> <p>6. Разрабатывать уникальные торговые предложения; разрабатывать рекламные модули; создавать стратегии продвижения; сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; обосновывать выбор целевой аудитории;</p> <p>7. Создавать тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций; различать виды текстов; рассчитать бюджет на создание лендинга; писать технические задания на создание лендинга для сторонних организаций; определять СТА для лендингов; работать с бесплатными сервисами создания лендингов; создавать уникального торгового предложения для определенных задач; работать с сервисами рассылок.</p> <p>8. Составлять информационно-аналитические справки; оформлять отчетные документы.</p>
Знать	<p>1. Актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.</p> <p>2. Номенклатуру информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.</p> <p>3. 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; правил составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации; основ оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; способов корректировки внутренних ошибок веб-сайта; особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; особенности функционирования современных поисковых машин; правила формирования служебного файла.</p> <p>4. Внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок; особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний; стандартов делового общения в письменной и устной форме; особенностей функционирования современных поисковых машин;</p>

	<p>правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта; правил формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы); методов обработки текстовой и графической информации; основ копирайтинга и веб-райтинга.</p> <p>5. Основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна; правил реферирования, аннотирования и редактирования текстов.</p> <p>6. Перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети Интернет; особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа.</p> <p>7. Основ разработки и поддержки сайтов/лендингов; основ гипертекстовой разметки; стандартов верстки веб-сайтов; принципиальных отличий лендингов от сайтов; сервисов для автоматизации рассылок.</p> <p>9. Методов обработки текстовой информации и графической информации.</p>
--	---

### 1.2.3. Личностные результаты реализации рабочей программы воспитания

<b>Личностные результаты реализации рабочей программы воспитания (дескрипторы)</b>	<b>Код личностных результатов реализации рабочей программы воспитания</b>
Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках. (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747)	<b>ЛР 16</b>
Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747)	<b>ЛР 17</b>
Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере. (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747)	<b>ЛР 18</b>
Открытость к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий.	<b>ЛР 21</b>
Активно применять полученные знания на практике.	<b>ЛР 22</b>
Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.	<b>ЛР 23</b>
Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	<b>ЛР 24</b>
Проявлять доброжелательность к окружающим, деликатность, чувство такта и готовность оказать услугу каждому кто в ней нуждается.	<b>ЛР 25</b>

### 1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Всего часов – 310 часов,

в том числе в форме практической подготовки – 214 часов

Из них на освоение МДК – 232 часов,

практики, в том числе учебная – 36 часов  
производственная – 36 часов  
Промежуточная аттестация – 6 часов.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 1.2. Структура профессионального модуля ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, час.						
				Обучение по МДК					Практики	
				Всего	В том числе			Промежуточная аттестация	Учебная	Производственная
					Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 3.1-3.6. ОК 01-02, ЛР 16-18;21-25	МДК.03.01 Интернет-маркетинг	<b>64</b>	54	64	54	+	-	-	-	-
ПК 3.1-3.6. ОК 01-02, ЛР 16-18;21-25	МДК.03.02 Маркетинговые технологии	<b>168</b>	88	168	88	-	-	-	-	-
ПК 3.1-3.6. ОК 01-05;07;09 ЛР 16-18;21-25	УП.03.01 Учебная практика	<b>36</b>	36			-	-	-	36	
ПК 3.1-3.6. ОК 01-05;07;09, ЛР 16-18;21-25	ПП. 03.01. Производственная практика	<b>38</b>	36			-	-	-	-	36
ПК 3.1-3.6. ЛР 16-18;21-25 ОК 01-05;07;09	Экзамен по модулю*	<b>6</b>				-	-	+	-	-
	<b>Всего:</b>	<b>310</b>	<b>214</b>	<b>232</b>	<b>142</b>	-	-		<b>36</b>	<b>36</b>

## 2.2. Тематический план и содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем акад.ч./в том числе в форме практической подготовки, акад.ч
1	2	3
<b>1 семестр</b>		
<b>МДК 03.02 Маркетинговые технологии</b>		<b>64/32</b>
<b>Раздел 1. Основы маркетинга</b>		<b>64/32</b>
<b>Тема 1.1. Содержание маркетинговой концепции управления</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6/2</b>
	Понятие о маркетинге. Сущность маркетинга. Виды маркетинга. Элементы маркетинга. Развитие маркетинга. Концепции маркетинга. Комплекс маркетинга. Товарная, продуктовая, сбытовая, маркетинговая, социально-этическая, информационная, индивидуальная концепции маркетинга.	4
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>2</b>
	1. Выполнение практического задания по теме.	
	2. Подготовка докладов: «Виды маркетинга в деятельности предприятий», «Концепции: эволюция и границы применения», «Комплекс маркетинга: основные модели».	
<b>Тема 1.2. Маркетинговая среда</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>14/8</b>
	Маркетинговая среда предприятия/проекта. Методы анализа внешней среды маркетинга: PEST-анализ, SWOT-анализ, анализ Портера.	6
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>8</b>
	1. Выполнение практического задания по теме	
<b>Тема 1.3. Продукт как элемент комплекса маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8/4</b>
	Понятие и виды продуктов. Элементы конкурентоспособности продукта. Матрица жизненного цикла продукции. Этапы жизненного цикла товара. Маркетинговая деятельность на этапах ЖЦТ. Процесс разработки продукта в маркетинге. Стратегия разработки продукта. Продуктовые стратегии. Модели выбора стратегий. Матрицы маркетинга: БКГ, ЖЦТ.	4
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4</b>
	1. Выполнение практического задания по теме	
	2. Подготовка докладов: «Стратегия разработки продукта», «Продуктовые стратегии. Модели выбора стратегий», «Успешные кейсы реализации продуктовой стратегии».	

<b>Тема 1.4. Маркетинговый анализ рынка</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>16/8</b>
	Потребители в маркетинге. Целевая аудитория. Факторы потребительского поведения. Потребительские профили. Анализ и оценка конкурентов. Виды конкурентов. Сегментация рынка: понятие и основные подходы. Позиционирование.	8
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>8</b>
	1. Выполнение практического задания по теме	
	2. Подготовка докладов: «Сегментация рынка: понятие и основные подходы», «Методы сегментации», «Позиционирование».	
<b>Тема 1.5. Особенности ценообразования в маркетинге</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4/2</b>
	Ценообразование в маркетинге. Методы ценообразования. Процесс ценообразования. Виды цен. Факторы ценообразования. Стратегии ценовой политики.	2
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>2</b>
	1. Выполнение практического задания по теме	
	2. Подготовка докладов: «Факторы ценообразования», «Стратегии ценовой политики».	
<b>Тема 1.6. Маркетинговые коммуникации</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>16/8</b>
	Система маркетинговых коммуникаций. Виды коммуникаций. Процесс маркетинговых коммуникаций. Управление продвижением. Система продвижения, методы и механизмы продвижения продукта.	8
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>8</b>
	1. Выполнение практического задания по теме	
	2. Подготовка докладов: «Система продвижения, методы и механизмы продвижения продукта», «Роль рекламы в продвижении продукта».	
<b>Промежуточная аттестация</b>	3. Защита аналитического отчета	
	Контрольная работа	-
<b>2 семестр</b>		<b>72/36</b>
<b>Раздел 2. Маркетинговые исследования</b>		<b>72/36</b>
<b>Тема 2.1. Система и методы маркетинговых исследований</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8/4</b>
	Информационные процессы маркетинговой деятельности. Основные информационные ресурсы маркетинга. Процесс использования информационных ресурсов. Система маркетинговых исследований. Типы маркетинговых исследований. Поисковые, описательные и экспериментальные исследования. Первичные и вторичные исследования. Кабинетные и поисковые исследования. Количественные и качественные исследования. Комбинированные исследования. Классификация маркетинговых исследований в зависимости от объекта изучения. Методы маркетинговых исследований.	

	Процесс и основные этапы маркетинговых исследований.	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4</b>
	1. Подготовка докладов: «Понятие и необходимость маркетинговых исследований», «Маркетинговая разведка», «Методы сбора первичной и вторичной информации. Различные типы опросников».	
<b>Тема 2.2. Маркетинговые исследования рынка</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>16/8</b>
	Определение цели анализа рынка. Разработка программы исследования. Классификация исследуемого рынка. Анализ продукта: классификация и методы. Емкость рынка. Объем рынка. Динамика рынка. Рыночные тренды. Анализ рыночной среды.	8
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>8</b>
	1. Выполнение практического задания по теме	
<b>Тема 2.3. Маркетинговые исследования конкурентов</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>16/8</b>
	Понятие и виды конкурентов. Конкурентоспособность как объект исследования. Конкурентные стратегии. Методы анализа конкурентов. Источники информации о конкурентах. Сравнительный анализ конкурентов. Многоугольник конкурентоспособности.	8
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>8</b>
	1. Выполнение практического задания по теме	
<b>Тема 2.4. Маркетинговые исследования целевой аудитории</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>16/8</b>
	Сегментация рынка: основные подходы. Методы исследования целевой аудитории. Инструменты анализа целевой аудитории. Источники информации о целевой аудитории. Аватары клиентов. Потенциальный и доступный рынок.	8
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>8</b>
	1. Выполнение практического задания по теме	
<b>Тема 2.5. Исследования пользовательского опыта</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>16/8</b>
	Понятие и значение исследования пользовательского опыта. Типы пользовательского опыта. Источники информации о пользовательском опыте. Путь клиента. CJM. Customer Development (CusDev): понятие и объекты. Этапы CusDev. Пользовательское интервью: понятие, виды и требования к проведению. Анализ результатов интервью. Jobs to be Done (JTBD) как концепция поведения пользователей. Типы JTBD. Основные аспекты JTBD: инновационный и психологический. Версии JTBD. Этапы JTBD.	8
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>8</b>
	1. Выполнение практического задания по теме	
<b>Промежуточная аттестация</b>	Контрольная работа	-
<b>3 семестр</b>		<b>32/20</b>

<b>Раздел 3. Организация процессов в маркетинге</b>		<b>32/20</b>
<b>Тема 3.1. Предмет, задачи и структура организации работы и процессов интернет-маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2/-</b>
	Оценка существующих видов трафика как средств продвижения. Краткая характеристика каждого с рассмотрением аспектов практического применения. Место дисциплины в общей системе профессиональных дисциплин, взаимосвязь с другими учебными курсами. Цели и задачи; общая терминология: SMM, трафик, рекламная площадка, рекламная кампания, целевая аудитория, конверсия, лид и т.д.; основные типы трафика; ретроспектива вопроса; тенденции и тренды развития.	2
<b>Тема 3.2. Контекстно-медийная реклама</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10/8</b>
	Основы, Яндекс.Директ, методы и приемы работы, Яндекс.Вордстат, ключевые слова, минус-слова, принципы построения рекламной кампании, практические примеры.	2
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>8</b>
	1. Подготовка докладов: «Яндекс.Директ методы и приемы работы», «Яндекс.Вордстат, ключевые слова, минус-слова», «Принципы построения рекламной кампании», «Примеры удачных и неудачных рекламных компаний».	
<b>Тема 3.3. Рассылка – как инструмент привлечения трафика</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>3/2</b>
	Типы, принципы работы, классификация, примеры организации «белой» рассылки.	1
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>2</b>
	1. Подготовка докладов: «Типы рассылки», «Принципы работы рассылки», «Классификация рассылки», «Примеры организации «белой» рассылки»	
<b>Тема 3.4. Партнерские сети (CPA)</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>3/2</b>
	Понятие партнерских сетей; партнерских сетей; инструменты партнерских сетей; основы и приемы работы с партнерскими сетями.	1
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>2</b>
	1. Подготовка докладов: «Понятие партнерских сетей», «Инструменты партнерских сетей», «Основы и приемы работы с партнерскими сетями».	
<b>Тема 3.5. Веб-аналитика</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10/8</b>
	Цели и задачи, общая терминология, основные типы, ретроспектива вопроса, тенденции и тренды развития. Отличие каналов и видов трафика интернет-маркетинга от каналов, видов и источников трафика в веб-аналитике. Виды Веб-аналитики. Структура и особенности основных систем веб-аналитики: Яндекс-Метрика и Google Analytics. Создание и принципы установки на сайт счетчика Яндекс-Метрики. Типы целей. Общие принципы выбора и создания целей. Ограничения целей. Настройка целей Яндекс-Метрики. Практические примеры создания и настройки различных типов целей, в	2

	зависимости от конкретной задачи аналитики.	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>8</b>
	1. Подготовка докладов: «Общие принципы выбора и создания целей Яндекс-Метрики», «Ограничения целей Яндекс-Метрики», «Практические примеры создания и настройки различных типов целей, в зависимости от конкретной задачи аналитики».	
	2.Выполнение практического задания по теме	
<b>Промежуточная аттестация</b>	Зачет с оценкой	-
<b>МДК.03.01 Интернет-маркетинг</b>		<b>64/54</b>
<b>Раздел 1. Основные аспекты интернет-маркетинга</b>		
<b>Тема 1.1.Введение в интернет-маркетинг</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>1/-</b>
	Понятие и структура интернет-маркетинга и интернет-рекламы. Основные термины и понятия в интернет-маркетинге и Social Media Marketing. Современные тренды в интернет-маркетинге. Преимущества интернет-маркетинга по сравнению с классическим маркетингом. Функции интернет-маркетинга. Принципы интернет-маркетинга. Маркетинговые стратегии. SMM-стратегия и ее реализация. Комплекс продвижения в интернет-маркетинге. Интеграция и конвергенция инструментов комплекса интернет-маркетинга.	1
<b>Тема 1.2. Этапы внешней и внутренней поисковой оптимизации и продвижения сайта в Интернете</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>7/6</b>
	Корпоративный сайт как основа интернет-продвижения. Понятие релевантности сайта. Семантическое ядро сайта. Работы над текстами и страницами сайта. Контент-маркетинг. Работа над usability и структурой сайта. Анализ ссылок продвигаемого сайта. Анализ эффективности внутренней и внешней оптимизации и продвижения сайта. Индексация сайта.	1
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>6</b>
	1. Выполнение практического задания по теме	
<b>Тема 1.3. Социальные сети</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>7/6</b>
	Сущность социальной сети, SMM. Основные решаемые задачи. Виды и категории социальных медиа. Работа с контентом в социальных сетях и как это влияет на продвижение. Особенности социальных сетей. Аккаунты. Группы. Страницы. Коммерческие возможности социальных сетей. Лидеры общественного мнения. Блогеры. Управление репутацией в социальных сетях. Клиентская поддержка в социальных сетях. Мониторинг социальных сетей. Этапы маркетинга в социальных сетях. Стратегии и инструменты продвижения в социальных медиа. Ведение групп/страниц, реклама в соцсетях. Рекламные кабинеты соцсетей. Интеграция сайта с социальными медиа. Копирайтинг. Понятие и примеры рекламных модулей. Разработка рекламных модулей и вариантов креативов к ним.	1

	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>6</b>
	1. Выполнение практического задания по теме	
<b>Тема 1.4. Показатели эффективности интернет-маркетинга, определяемые поисковыми системами</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>7/6</b>
	Веб-аналитика. Исследования механизмов определения основных показателей эффективности и результативности Digital-маркетинга в ходе процесса поисковой оптимизации и продвижения сайта. Показатели эффективности интернет-рекламы. Анализ эффективности продвижения сайта в поисковых системах.	1
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>6</b>
	1. Выполнение практического задания по теме	
<b>Тема 1.5. Анализ информационного пространства</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>7/6</b>
	Анализ присутствия заказчика/проекта/организации в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем. Анализ публикаций (СМИ, социальные сети, форумы, тематические сайты); анализ групп и авторов в социальных сетях и блогосфере. Конкурентный анализ ключевых конкурентов; экспертная оценка полученной информации. Онлайн инструменты анализа конкурентов. Статистика и аналитика постов в социальных сетях.	1
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>6</b>
	1. Выполнение практического задания по теме	
<b>Тема 1.6. Анализ целевой аудитории проекта</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>-/4</b>
	Подходы к анализу целевой аудитории. Методы анализа целевой аудитории. Формы представления аналитики. Онлайн инструменты анализа целевой аудитории.	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4</b>
	1. Выполнение практического задания по теме	
<b>Тема 1.7. Контент в социальных сетях</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>-/4</b>
	Понятие, цели и функции контента. Виды контента: информационный, продающий, образовательный, коммуникационный (вовлекающий), развлекательный. Типы постов в блогах. Специфика контента в различных социальных сетях. Контент-план: подходы к составлению	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4</b>
	1. Выполнение практического задания по теме	
<b>Тема 1.8. Стратегия продвижения</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>5/4</b>
	Цели продвижения. Задачи для достижения каждой цели, если их более одной. Модели поведения аудитории и варианты воздействия. Основная идея в контенте. Рубрикатор. Темы для каждой рубрики. Форматы постов и описать требования к ним. Выбор и обоснование социальных сетей для продвижения. Примеры для ведения аккаунтов/сообществ в социальных сетях: стиль текста, дизайн и оформление. Контент-план с учетом правил их разработки	1
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4</b>

	1. Выполнение практического задания по теме	
<b>Тема 1.9. Брендинг</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>7/6</b>
	Понятие и структура бренда. Функции бренда. Идентификаторы бренда организации: вербальные и невербальные. Модели бренда. Брендинг в интернет-пространстве	1
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>6</b>
	1. Выполнение практического задания по теме	
<b>Раздел 2. Разработка лендинга</b>		
<b>Тема 2.1. Landing Page: базовые понятия и этапы создания</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>5/4</b>
	Понятие Landing Page. Фундамент лендинга. Отличие лендинга от сайта. Рекламные модели как основа лендинга. Принципы построения лендинга. Базовые ошибки при построении лендинга. Ситуации, когда нужен лендинг. Анализ конкурентов: основные подходы и методы. Сервисы анализа конкурентов. Анализ целевой аудитории. Методы анализа целевой аудитории: метод персон (профили потребителей), Jobs To Be Done, классические методы анализа. Составление текста. Основы эффективного составления текста. Этапы написания текста: формирование структуры текста, разработка оффера, написание текста, оптимизация. Прототипирование: понятие и основные подходы. Дизайн лендинга.	1
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4</b>
	1. Выполнение практического задания по теме	
<b>Тема 2.2. Функциональные блоки лендинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>5/4</b>
	Обложка – основные элементы: заголовок или подзаголовок, форма или кнопка, фон обложки, логотип, стрелка вниз, меню. Описание продукта, проекта или услуги. Преимущества (ценностное предложение). Сценарии использования. Описание целевой аудитории. Тарифы и цены. Призыв к действию и мотивирующая кнопка. Форма регистрации или подписка. Отзывы: понятие и формы. Партнеры или клиенты. Галерея фотографий: основные требования. Этапы или «как это работает»: форматы представления. Расписание. Видео. Часто задаваемые вопросы как вариант работы с возражениями. Контакты. Команда. Факты в цифрах. Список тезисов. Гарантии и сертификаты. Кейсы и истории успеха. Портфолио. Вдохновляющие фразы. Счетчик. Всплывающие окна. Виджеты обратной связи. Меню. Кнопки социальных сетей.	1
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4</b>
	1. Выполнение практического задания по теме	
<b>Тема 2.3. Дизайн лендинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>5/4</b>
	Смысловые секции: структура и принципы построения. Визуальная иерархия: подходы к созданию. Призыв к действию и формы. Обложка: иллюстрации, фотографии, текст, меню и альтернативные варианты сочетаний элементов. Навигация: меню, боковая навигация с точками, индикатор прокрутки страниц, кнопка «наверх», ссылки на логотипе и в конце страницы. Варианты	1

	оформления основных элементов навигации. Цвет: правила выбора и использования. Шрифт: выбор и сочетания. Изображения: выполняемые задачи и подходы к применению. Иконки: функции и виды. Анимация: виды и способы применения. Общий стиль и аккуратность: чек-лист.	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4</b>
	1. Выполнение практического задания по теме	
<b>Промежуточная аттестация</b>	Зачет с оценкой	-
<b>Промежуточная аттестация</b>	Защита курсовой работы (проекта)	-
<p>Примерная тематика курсовых работ (проектов):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия сферы сервиса (на примере ...).</li> <li>2. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для производственного предприятия (на примере ...).</li> <li>3. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия индустрии гостеприимства (на примере ...).</li> <li>4. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для ИТ-предприятия (на примере ...).</li> <li>5. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия в сфере образования (на примере ...).</li> <li>6. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для коммерческого банка (на примере ...).</li> <li>7. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для коммерческого предприятия (на примере ...).</li> <li>8. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для отеля (на примере ...).</li> <li>9. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для санатория (на примере ...).</li> <li>10. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для HR-агентства (на примере ...).</li> <li>11. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия общественного питания (на примере ...).</li> <li>12. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для ресторана (на примере ...).</li> <li>13. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для транспортной компании (на примере ...).</li> <li>14. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для интернет-магазина (на примере ...).</li> <li>15. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для маркетплейса (на примере ...).</li> <li>16. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для интернет-провайдера (на примере ...).</li> <li>17. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия, оказывающего медицинские услуги (на примере ...).</li> <li>18. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для строительной компании (на примере ...).</li> <li>19. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия ЖКХ (на примере ...).</li> <li>20. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для консалтинговой компании (на примере ...).</li> <li>21. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятий модной индустрии (на примере ...).</li> <li>22. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для ресурсоснабжающей компании (на примере ...).</li> <li>23. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия пищевой промышленности (на примере ...).</li> <li>24. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия кондитерского производства (на примере ...).</li> <li>25. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия пищевой промышленности (на примере ...).</li> </ol>		

26.	Разработка инструментов Интернет-маркетинга для риелторского агентства (на примере ...).	
27.	Разработка инструментов Интернет-маркетинга для IT-компаний (на примере ...).	
28.	Разработка инструментов Интернет-маркетинга для сервиса доставки еды (на примере ...).	
29.	Разработка инструментов Интернет-маркетинга для туроператоров (на примере ...)	
30.	Разработка инструментов Интернет-маркетинга для кофейни (на примере ...)	
31.	Разработка инструментов Интернет-маркетинга для финансовых организаций (на примере ...)	
32.	Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятий девелопмента (на примере ...)	
33.	Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия автомобильной промышленности (на примере ...)	
34.	Разработка инструментов Интернет-маркетинга для фитнес-центров (на примере ...)	
35.	Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия логистики и транспорта (на примере ...)	
36.	Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия СМИ и медиа (на примере ...)	
37.	Разработка инструментов Интернет-маркетинга для некоммерческих организаций (на примере ...)	
38.	Разработка инструментов Интернет-маркетинга для страховой компании (на примере ...)	
39.	Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия музыкальной индустрии (на примере ...)	
40.	Разработка инструментов Интернет-маркетинга для вузов (на примере ...)	
41.	Разработка инструментов Интернет-маркетинга для колледжей (на примере ...)	
<b>Практическая подготовка</b>	УП. 03.01 Учебная практика*	<b>36</b>
	ПП.03.01 Производственная практика*	<b>36</b>
<b>Экзамен по модулю*</b>		<b>6</b>
<b>Всего</b>		<b>310</b>

\*- комплексные

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Для реализации программы профессионального модуля предусмотрены учебно-лабораторные помещения, оснащенные в соответствии с примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с примерной образовательной программы по специальности.

№ каб.	Название кабинета/лаборатории по табличке	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	<p><b>Кабинет статистики, денежной и банковской статистики, банковского регулирования и надзора, организации бухгалтерского учета в банках № 344</b> (Лекционная аудитория)</p>	<p><b>Кабинет статистики, денежной и банковской статистики, банковского регулирования и надзора № 344</b> (Аудитория для проведения занятий всех видов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации) <i>Материальное оснащение, компьютерное и интерактивное оборудование:</i> Компьютер Компьютерные столы Проектор Экран для проектора Парты (2-х местные) Стулья Стол преподавателя Стул преподавателя Доска меловая Автоматизированное рабочее место обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду МИДиС, выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».</p>	<p>1С: Предприятие. Комплект для высших и средних учебных заведений (1С – 8985755) Mozilla Firefox Adobe Reader ESET Endpoint Antivirus Microsoft™ Windows® 10 Microsoft™ Office® Google Chrome «Гарант аэро» КонсультантПлюс</p>
2	<p><b>Лаборатория товароведения, технического оснащения торговых организаций и охраны труда № 346</b></p>	<p><b>Лаборатория товароведения, технического оснащения торговых организаций и охраны труда № 346</b> <i>Материальное оснащение, компьютерное и интерактивное оборудование:</i> Компьютер Экран Проектор Парты (2 –х местная) Стол учителя Стулья Стул учителя Доска магнитно-маркерная Автоматизированное рабочее место обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду МИДиС, выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».</p>	<p>1С: Предприятие. Комплект для высших и средних учебных заведений (1С – 8985755) Mozilla Firefox Adobe Reader ESET Endpoint Antivirus Microsoft™ Windows® 10 Microsoft™ Office® Google Chrome «Гарант аэро» КонсультантПлюс</p>
3	<p>Кабинет бухгалтерского учета, налогообложения и аудита, деятельности кредитно-финансовых</p>	<p><b>Кабинет бухгалтерского учета, налогообложения и аудита, деятельности кредитно-финансовых институтов № 348</b></p>	<p>1С: Предприятие. Комплект для высших и средних учебных заведений (1С – 8985755)</p>

	институтов № 348 (Лекционная аудитория)	<p><i>Материальное оснащение, компьютерное и интерактивное оборудование:</i></p> <p>Компьютер Экран Проектор Парты (2 –х местная) Стол учителя Стулья Стул учителя Доска меловая Автоматизированное рабочее место обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду МИДиС, выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».</p>	<p>Mozilla Firefox Adobe Reader ESET Endpoint Antivirus Microsoft™ Windows® 10 Microsoft™ Office® Google Chrome «Гарант аэро» КонсультантПлюс</p>
4	<b>Библиотека. Читальный зал № 122</b>	<p><b>Библиотека. Читальный зал с выходом в Интернет № 122</b></p> <p>Автоматизированные рабочие места библиотекарей Автоматизированные рабочие места для читателей Принтер Сканер Стеллажи для книг Кафедра Выставочный стеллаж Каталожный шкаф Посадочные места (столы и стулья для самостоятельной работы) Стенд информационный <b>Условия для лиц с ОВЗ:</b> Автоматизированное рабочее место для лиц с ОВЗ Линза Френеля Специальная парта для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата Клавиатура с нанесением шрифта Брайля Компьютер с программным обеспечением для лиц с ОВЗ Световые маяки на дверях библиотеки Тактильные указатели направления движения Тактильные указатели выхода из помещения Контрастное выделение проемов входов и выходов из помещения Табличка с наименованием библиотеки, выполненная шрифтом Брайля Автоматизированные рабочие места обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду МИДиС, выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».</p>	<p>1С: Предприятие. Комплект для высших и средних учебных заведений (1С – 8985755) Mozilla Firefox Adobe Reader ESET Endpoint Antivirus Microsoft™ Office® Google Chrome «Гарант аэро» КонсультантПлюс</p>

### 3.2. Информационное обеспечение реализации программы

#### 3.2.1. Основные печатные и электронные издания

##### *МДК.03.02. Маркетинговые технологии*

##### *Электронные издания (электронные ресурсы)*

1. Душкина, М.Р. Технологии рекламы и связей с общественностью: учебник для спо / М.Р. Душкина. — Москва: Юрайт, 2024. — 255 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555773> (дата обращения: 21.04.2025).
2. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для спо / под общ. ред. С.В. Карповой. — Москва: Юрайт, 2025. — 367 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562487> (дата обращения: 21.04.2025).
3. Карпова, С.В. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для спо / под общ. ред. С.В. Карповой. — Москва: Юрайт, 2025. — 367 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562487> (дата обращения: 21.04.2025).
4. Карпова, С.В. Основы маркетинга: учебник для спо / С.В. Карпова; под общ. ред. С.В. Карповой. — Москва: Юрайт, 2025. — 383 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560784> (дата обращения: 21.04.2025).
5. Кузьмина, Е.Е. Маркетинг: учебник и практикум для спо / Е.Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2024. — 422 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557325> (дата обращения: 21.04.2025).
6. Ямпольская, Д.О. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения: учебник и практикум / Д.О. Ямпольская, А.И. Пилипенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2025. — 268 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563876> (дата обращения: 21.04.2025).

#### 3.2.2. Дополнительные источники (при необходимости)

1. Григорьев, М.Н. Маркетинг: учебник / М.Н. Григорьев. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2025. — 478 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559733> (дата обращения: 21.04.2025).
2. Маркетинговые исследования: теория и практика: учебник / под общ. ред. О.Н. Жильцовой. — Москва: Юрайт, 2025. — 307 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560241> (дата обращения: 21.04.2025).

##### *МДК.03.01. Интернет-маркетинг*

##### *Печатные издания*

Интернет-маркетинг и Digital-стратегии. Принципы эффективного использования : учебное пособие / А.Ю.Агеев, Р.Р.Латыпов, И.В.Чуркин. - 2-е изд., испр.и доп. - Новосибирск : ИПЦ НГУ, 2025. - 560с.

##### *Электронные издания (электронные ресурсы)*

1. Инновационный маркетинг: учебник / под общ. ред. С.В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2024. — 474 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535965> (дата обращения: 25.04.2025).
2. Интернет-маркетинг учебник / под общ. ред. О.Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2025. — 335 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560243> (дата обращения: 25.04.2025).
3. Кожевникова, Г.П. Информационные системы и технологии в маркетинге: учебник / Г.П. Кожевникова, Б.Е. Одинцов. — Москва: Юрайт, 2025. — 444 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560580> (дата обращения: 25.04.2025).
4. Технология интернет-маркетинга: учебник для спо / под общ.ред. О.Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2025. — 335 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568394> (дата обращения: 25.04.2025).

### **3.2.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины**

Для выполнения заданий, предусмотренных рабочей программой используются рекомендованные Интернет-сайты, ЭБС.

#### **Электронные образовательные ресурсы и современные профессиональные базы данных и информационно-справочные системы**

1. eLIBRARY.RU: Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>
2. Министерство просвещения Российской Федерации [сайт]. — URL: <https://edu.gov.ru/>;
3. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [сайт]. — URL: <http://window.edu.ru/>;
4. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов [сайт]. — URL: <http://school-collection.edu.ru/>;
5. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов [сайт]. — URL: <http://fcior.edu.ru/>;
6. Справочно-правовая система "ГАРАНТ" [сайт]. — URL: <http://www.i-exam.ru>;
7. Образовательная платформа «Юрайт» [сайт]. — URL: <https://urait.ru>;
8. Институт развития профессионального образования: [сайт]. — URL: <https://firpo.ru/>;
9. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов [сайт]. — URL: <http://fcior.edu.ru/>;
10. ЭБС «Юрайт» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblio-online.ru/>;

## **4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

Код и наименование профессиональных и общих компетенций,	Критерии оценки	Методы оценки
--	-----------------	---------------

формируемых в рамках модуля		
<p>ПК 3.1          Определять готовность веб-сайта к продвижению</p>	<p><b>Знания:</b>          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;          правил составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации;          основ оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;          способов 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.</p> <p><b>Умения:</b>          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</p>	<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике          Оценка результатов выполнения практических заданий          Аналитические отчеты по выполнению творческих заданий          Презентации по результатам выполнения докладов          Результаты контрольной работы</p>

	<p>занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины; использовать инструменты для проведения технического аудита.</p> <p><b>Навыки:</b> проведения технического анализа аудируемого веб-сайта; проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта; проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.</p>	
<p>ПК 3.2 Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>Знания:</b> внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок; особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний; стандартов делового общения в письменной и устной форме; особенностей функционирования современных поисковых машин; 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.</p> <p><b>Умения:</b> 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-</p>	<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике Оценка результатов выполнения практических заданий Аналитические отчеты по выполнению творческих заданий Презентации по результатам выполнения докладов Результаты контрольной работы</p>

	<p>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.</p> <p>Навыки: 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.</p>	
<p>ПК 3.3 Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети «Интернет»</p>	<p>Знания: основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна; правил реферирования, аннотирования и редактирования текстов.</p> <p>Умения: определять маркетинговые стратегии; составлять smm-стратегии; составлять контент-планы; создавать стратегии продвижения; сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов.</p> <p>Навыки:</p>	<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике Оценка результатов выполнения практических заданий Аналитические отчеты по выполнению творческих заданий Презентации по результатам выполнения докладов Результаты контрольной работы</p>

	определения стратегии продвижения в социальных сетях.	
ПК 3.4 Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество	<p>Знания: перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети Интернет; особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа.</p> <p>Умения: 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.</p> <p>Навыки: размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет»; размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет».</p>	<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике</p> <p>Оценка результатов выполнения практических заданий</p> <p>Аналитические отчеты по выполнению творческих заданий</p> <p>Презентации по результатам выполнения докладов</p> <p>Результаты контрольной работы</p>
ПК 3.5 Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика	<p>Знания: основ разработки и поддержки сайтов/лендингов; основ гипертекстовой разметки; стандартов верстки веб-сайтов; принципиальных отличий лендингов от сайтов; сервисов для автоматизации рассылок.</p> <p>Умения: создания текстов для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций; различать виды текстов; рассчитать бюджет на создание лендинга;</p>	<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике</p> <p>Оценка результатов выполнения практических заданий</p> <p>Аналитические отчеты по выполнению творческих заданий</p> <p>Презентации по результатам выполнения докладов</p> <p>Результаты контрольной работы</p>

	<p>писать технические задания на создание лендинга для сторонних организаций;</p> <p>определять СТА для лендингов;</p> <p>работать с бесплатными сервисами создания лендингов;</p> <p>создавать уникального торгового предложения для определенных задач;</p> <p>работать с сервисами рассылок.</p> <p>Навыки:</p> <p>разработки лендинга.</p>	
<p>ПК 3.6</p> <p>Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>Знания:</p> <p>методов обработки текстовой информации и графической информации.</p> <p>Умения:</p> <p>составлять информационно-аналитические справки;</p> <p>оформлять отчетные документы.</p> <p>Навыки:</p> <p>анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы;</p> <p>анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании;</p> <p>составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.</p>	<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике</p> <p>Оценка результатов выполнения практических заданий</p> <p>Аналитические отчеты по выполнению творческих заданий</p> <p>Презентации по результатам выполнения докладов</p> <p>Результаты контрольной работы</p>
<p>ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам</p>	<p>Знания:</p> <p>актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;</p> <p>основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.</p> <p>Умения:</p> <p>распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или</p>	<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике</p> <p>Оценка результатов выполнения практических заданий</p> <p>Аналитические отчеты по выполнению творческих заданий</p> <p>Презентации по результатам выполнения докладов</p> <p>Результаты контрольной работы</p>

	<p>социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи</p> <p>выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы</p> <p>в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать 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>Знания:</p> <p>номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации</p> <p>порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.</p> <p>Умения:</p> <p>определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации</p> <p>планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач</p>	

