

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Усынин Максим Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 28.04.2025 17:01:05  
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: Основное общее образование

Форма обучения: Очная

Год набора: 2025

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<br>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<br>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 | <p>1. Проведения технического анализа аудируемого веб-сайта; проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта; проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.</p> <p>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.</p> <p>3. Определения стратегии продвижения в социальных сетях.</p> <p>4. Размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p> <p>5. Разработки лендинга.</p> <p>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.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Уметь            | <p>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).</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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</p> |

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       | <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 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>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<br/>реализации рабочей программы воспитания<br/>(дескрипторы)</b>                                                                                                                                                       | <b>Код<br/>личностных<br/>результатов<br/>реализации<br/>рабочей<br/>программы<br/>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 |           |           |
|                                           |                                                |             |                                        |                                      | 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 01-02, 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. ОК 01-05;07;09 ЛР 16-18;21-25 | 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>3 семестр</b>                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>64/32</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.<br/>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.<br/>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.<br/>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».                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |              |
|                                                               | 3. Защита аналитического отчета                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |              |
| <b>Промежуточная аттестация</b>                               | Контрольная работа                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | -            |
| <b>4 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.<br/>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.<br/>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.<br/>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.<br/>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>5 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.<br>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.<br>Виды Веб-аналитики. Структура и особенности основных систем веб-аналитики: Яндекс-Метрика и Google Analytics.<br>Создание и принципы установки на сайт счетчика Яндекс-Метрики.<br>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.<br>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)                                                                                                                                                                                                                                    | -        |
| Примерная тематика курсовых работ (проектов):<br>1. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия сферы сервиса (на примере ...).<br>2. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для производственного предприятия (на примере ...).<br>3. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия индустрии гостеприимства (на примере ...).<br>4. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для ИТ-предприятия (на примере ...).<br>5. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия в сфере образования (на примере ...).<br>6. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для коммерческого банка (на примере ...).<br>7. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для коммерческого предприятия (на примере ...).<br>8. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для отеля (на примере ...).<br>9. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для санатория (на примере ...).<br>10. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для HR-агентства (на примере ...).<br>11. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия общественного питания (на примере ...).<br>12. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для ресторана (на примере ...).<br>13. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для транспортной компании (на примере ...).<br>14. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для интернет-магазина (на примере ...).<br>15. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для маркетплейса (на примере ...).<br>16. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для интернет-провайдера (на примере ...).<br>17. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия, оказывающего медицинские услуги (на примере ...).<br>18. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для строительной компании (на примере ...).<br>19. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия ЖКХ (на примере ...).<br>20. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для консалтинговой компании (на примере ...).<br>21. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятий модной индустрии (на примере ...).<br>22. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для ресурсоснабжающей компании (на примере ...).<br>23. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия пищевой промышленности (на примере ...).<br>24. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия кондитерского производства (на примере ...).<br>25. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия пищевой промышленности (на примере ...). |                                                                                                                                                                                                                                                                     |          |

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

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

### 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</p> <p>Определять готовность веб-сайта к продвижению</p> | <p><b>Знания:</b></p> <p>основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;</p> <p>основы веб-технологии;</p> <p>основы веб-дизайна;</p> <p>основы компьютерной грамотности;</p> <p>методы обработки текстовой информации;</p> <p>правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;</p> <p>основы письменной деловой коммуникации</p> <p>использовать инструменты для проведения технического аудита;</p> <p>правил составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации;</p> <p>основ оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;</p> <p>способов корректировки внутренних ошибок веб-сайта;</p> <p>особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;</p> <p>особенности функционирования современных поисковых машин;</p> <p>правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта.</p> <p><b>Умения:</b></p> <p>выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;</p> <p>документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта;</p> <p>формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);</p> <p>выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;</p> <p>выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;</p> <p>использовать инструменты для проведения технического аудита.</p> <p><b>Навыки:</b></p> <p>проведения технического анализа аудируемого веб-сайта;</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>проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта;</p> <p>проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <p>ПК 3.2</p> <p>Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> | <p>Знания:</p> <p>внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок;</p> <p>особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;</p> <p>правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний;</p> <p>стандартов делового общения в письменной и устной форме;</p> <p>особенностей функционирования современных поисковых машин;</p> <p>правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;</p> <p>правил формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы);</p> <p>методов обработки текстовой и графической информации;</p> <p>основ копирайтинга и веб-райтинга.</p> <p>Умения:</p> <p>определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;</p> <p>составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;</p> <p>актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";</p> <p>анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;</p> <p>составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;</p> <p>анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;</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>анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию.</p> <p>Навыки:</p> <p>анализа поисковой выдачи;</p> <p>анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи;</p> <p>анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";</p> <p>определения стратегии поискового продвижения;</p> <p>проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении;</p> <p>анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <p>ПК 3.3</p> <p>Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети «Интернет»</p> | <p>Знания:</p> <p>основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна;</p> <p>правил реферирования, аннотирования и редактирования текстов.</p> <p>Умения:</p> <p>определять маркетинговые стратегии;</p> <p>составлять smm-стратегии;</p> <p>составлять контент-планы;</p> <p>создавать стратегии продвижения;</p> <p>сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов.</p> <p>Навыки:</p> <p>определения стратегии продвижения в социальных сетях.</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>ПК 3.4</p> <p>Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество</p>          | <p>Знания:</p> <p>перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети Интернет;</p> <p>особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа.</p> <p>Умения:</p> <p>разрабатывать уникальные торговые предложения;</p> <p>разрабатывать рекламные модули;</p>                                                                                                                                                                                                                                                                              | <p>Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике</p> <p>Оценка результатов выполнения практических заданий</p> <p>Аналитические отчеты по</p>                                                                                                                          |

|                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                              | <p>создавать стратегии продвижения; сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; обосновывать выбор целевой аудитории; создавать тексты и рекламные слоганы.</p> <p>Навыки:</p> <p>размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет»;</p> <p>размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет».</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <p>выполнению творческих заданий Презентации по результатам выполнения докладов Результаты контрольной работы</p>                                                                                                                                                        |
| <p>ПК 3.5</p> <p>Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика</p>                                                  | <p>Знания:</p> <p>основ разработки и поддержки сайтов/лендингов;</p> <p>основ гипертекстовой разметки;</p> <p>стандартов верстки веб-сайтов;</p> <p>принципиальных отличий лендингов от сайтов;</p> <p>сервисов для автоматизации рассылок.</p> <p>Умения:</p> <p>создания текстов для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;</p> <p>различать виды текстов;</p> <p>рассчитать бюджет на создание лендинга;</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>Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике</p> <p>Оценка результатов выполнения практических заданий</p> <p>Аналитические отчеты по выполнению творческих заданий Презентации по результатам выполнения докладов</p> <p>Результаты контрольной работы</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>Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике</p> <p>Оценка результатов выполнения практических заданий</p> <p>Аналитические отчеты по выполнению творческих заданий</p>                                                                                     |

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
|       | анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании;<br>составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Презентации по результатам выполнения докладов |
| ОК 01 | <ul style="list-style-type: none"> <li>— распознает, анализирует и выделяет составные части задачи и/или проблемы в профессиональном контексте;</li> <li>— определяет этапы решения задачи;</li> <li>— эффективно осуществляет поиск необходимой для решения проблемы информации, составляет план действия и определяет необходимые ресурсы;</li> <li>— демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;</li> <li>— реализовывает составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</li> </ul> | Результаты контрольной работы                  |
| ОК 02 | <ul style="list-style-type: none"> <li>— определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска;</li> <li>— структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации;</li> <li>— оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты;</li> <li>— применяет средства информационных технологий, использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</li> </ul>                                                                                            |                                                |
| ОК 03 | <ul style="list-style-type: none"> <li>— определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;</li> <li>— применяет современную научную профессиональную терминологию;</li> <li>— определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                |
| ОК 04 | <ul style="list-style-type: none"> <li>— эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                |
| ОК 05 | <ul style="list-style-type: none"> <li>— грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                |
| ОК 06 | <ul style="list-style-type: none"> <li>— применяет стандарты антикоррупционного поведения</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                |

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| ОК 07  | – выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения.                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |  |
| ОК 09. | <ul style="list-style-type: none"> <li>– понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы;</li> <li>– участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;</li> <li>– строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;</li> <li>– пишет простые связные сообщения на интересующие профессиональные темы.</li> </ul> |  |