

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Усынин Максим Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 28.04.2025 15:15:39
Уникальный программный ключ:
f498e59e83f65dd7c3ce7bb8a25cbbabb33ebc58

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

Кафедра экономики и управления

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

Специальность: 38.02.08 Торговое дело

Направленность (профиль): Предпринимательство и интернет маркетинг

Квалификация выпускника: Специалист торгового дела

Уровень базового образования обучающегося: Среднее общее образование

Форма обучения: Очная

Год набора: 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 МОДУЛЯ ПМ.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	19
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	22

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

1.1. Место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы

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

1.2.2. Требования к результатам освоения профессионального модуля

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

1.2.1. Перечень общих компетенций:

КОД	Наименование общих компетенций
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 07.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

1.2.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование профессиональных компетенций
ВД 3	Организация и осуществление интернет-маркетинга
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	1. Проведения технического анализа аудируемого веб-сайта; проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта; проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта. 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. 3. Определения стратегии продвижения в социальных сетях. 4. Размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». 5. Разработки лендинга. 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.
Уметь	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). 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. 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. 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

	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. 5. Определять маркетинговые стратегии; составлять smm-стратегии; составлять контент-планы; создавать стратегии продвижения; сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов. 6. Разрабатывать уникальные торговые предложения; разрабатывать рекламные модули; создавать стратегии продвижения; сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; обосновывать выбор целевой аудитории; 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. 8. Составлять информационно-аналитические справки; оформлять отчетные документы.
Знать	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. 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. 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. 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;

	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. 5. Основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна; правил реферирования, аннотирования и редактирования текстов. 6. Перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети Интернет; особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа. 7. Основ разработки и поддержки сайтов/лендингов; основ гипертекстовой разметки; стандартов верстки веб-сайтов; принципиальных отличий лендингов от сайтов; сервисов для автоматизации рассылок. 9. Методов обработки текстовой информации и графической информации.
--	---

1.2.3. Личностные результаты реализации рабочей программы воспитания

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

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
ОК 01-02, ПК 3.1-3.6. ЛР 16-18;21-25	МДК.03.01 Интернет-маркетинг	64	54	64	54	+	-	-	-	-
ОК 01-02, ПК 3.1-3.6. ЛР 16-18;21-25	МДК.03.02 Маркетинговые технологии	168	88	168	88	-	-	-	-	-
ПК 3.1-3.6. ОК 01-05;07;09 ЛР 16-18;21-25	УП.03.01 Учебная практика	36	36			-	-	-	36	
ПК 3.1-3.6. ОК 01-05;07;09 ЛР 16-18;21-25	ПП. 03.01. Производственная практика	38	36			-	-	-	-	36
ПК 3.1-3.6. ОК 01-05;07;09 ЛР 16-18;21-25	Экзамен по модулю*	6				-	-	+	-	-
	Всего:	310	214	232	142	-	-		36	36

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
1 семестр		64/32
МДК 03.02 Маркетинговые технологии		64/32
Раздел 1. Основы маркетинга		64/32
Тема 1.1. Содержание маркетинговой концепции управления	Содержание учебного материала	6/2
	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
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2
	1. Выполнение практического задания по теме.	
	2. Подготовка докладов: «Виды маркетинга в деятельности предприятий», «Концепции: эволюция и границы применения», «Комплекс маркетинга: основные модели».	
Тема 1.2. Маркетинговая среда	Содержание учебного материала	14/8
	Маркетинговая среда предприятия/проекта. Методы анализа внешней среды маркетинга: PEST-анализ, SWOT-анализ, анализ Портера.	6
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8
	1. Выполнение практического задания по теме	
Тема 1.3. Продукт как элемент комплекса маркетинга	Содержание учебного материала	8/4
	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
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	1. Выполнение практического задания по теме	
	2. Подготовка докладов: «Стратегия разработки продукта», «Продуктовые стратегии. Модели выбора стратегий», «Успешные кейсы реализации продуктовой стратегии».	

Тема 1.4. Маркетинговый анализ рынка	Содержание учебного материала	16/8
	Потребители в маркетинге. Целевая аудитория. Факторы потребительского поведения. Потребительские профили. Анализ и оценка конкурентов. Виды конкурентов. Сегментация рынка: понятие и основные подходы. Позиционирование.	8
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8
	1. Выполнение практического задания по теме	
	2. Подготовка докладов: «Сегментация рынка: понятие и основные подходы», «Методы сегментации», «Позиционирование».	
Тема 1.5. Особенности ценообразования в маркетинге	Содержание учебного материала	4/2
	Ценообразование в маркетинге. Методы ценообразования. Процесс ценообразования. Виды цен. Факторы ценообразования. Стратегии ценовой политики.	2
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2
	1. Выполнение практического задания по теме	
	2. Подготовка докладов: «Факторы ценообразования», «Стратегии ценовой политики».	
Тема 1.6. Маркетинговые коммуникации	Содержание учебного материала	16/8
	Система маркетинговых коммуникаций. Виды коммуникаций. Процесс маркетинговых коммуникаций. Управление продвижением. Система продвижения, методы и механизмы продвижения продукта.	8
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8
	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	
Промежуточная аттестация	Контрольная работа	-
2 семестр		72/36
Раздел 2. Маркетинговые исследования		72/36
Тема 2.1. Система и методы маркетинговых исследований	Содержание учебного материала	8/4
	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.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	1. Подготовка докладов: «Понятие и необходимость маркетинговых исследований», «Маркетинговая разведка», «Методы сбора первичной и вторичной информации. Различные типы опросников».	
Тема 2.2. Маркетинговые исследования рынка	Содержание учебного материала	16/8
	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
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8
	1. Выполнение практического задания по теме	
Тема 2.3. Маркетинговые исследования конкурентов	Содержание учебного материала	16/8
	Понятие и виды конкурентов. Конкурентоспособность как объект исследования. Конкурентные стратегии. Методы анализа конкурентов. Источники информации о конкурентах. Сравнительный анализ конкурентов. Многоугольник конкурентоспособности.	8
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8
	1. Выполнение практического задания по теме	
Тема 2.4. Маркетинговые исследования целевой аудитории	Содержание учебного материала	16/8
	Сегментация рынка: основные подходы. Методы исследования целевой аудитории. Инструменты анализа целевой аудитории. Источники информации о целевой аудитории. Аватары клиентов. Потенциальный и доступный рынок.	8
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8
	1. Выполнение практического задания по теме	
Тема 2.5. Исследования пользовательского опыта	Содержание учебного материала	16/8
	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
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8
	1. Выполнение практического задания по теме	
Промежуточная аттестация	Контрольная работа	-
3 семестр		32/20

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

	зависимости от конкретной задачи аналитики.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8
	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	
Промежуточная аттестация	Зачет с оценкой	-
МДК.03.01 Интернет-маркетинг		64/54
Раздел 1. Основные аспекты интернет-маркетинга		
Тема 1.1.Введение в интернет-маркетинг	Содержание учебного материала	1/-
	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
Тема 1.2. Этапы внешней и внутренней поисковой оптимизации и продвижения сайта в Интернете	Содержание учебного материала	7/6
	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
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	6
	1. Выполнение практического задания по теме	
Тема 1.3. Социальные сети	Содержание учебного материала	7/6
	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

	В том числе практических занятий и лабораторных работ	6
	1. Выполнение практического задания по теме	
Тема 1.4. Показатели эффективности интернет-маркетинга, определяемые поисковыми системами	Содержание учебного материала	7/6
	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
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	6
	1. Выполнение практического задания по теме	
Тема 1.5. Анализ информационного пространства	Содержание учебного материала	7/6
	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
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	6
	1. Выполнение практического задания по теме	
Тема 1.6. Анализ целевой аудитории проекта	Содержание учебного материала	-/4
	Подходы к анализу целевой аудитории. Методы анализа целевой аудитории. Формы представления аналитики. Онлайн инструменты анализа целевой аудитории.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	1. Выполнение практического задания по теме	
Тема 1.7. Контент в социальных сетях	Содержание учебного материала	-/4
	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	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	1. Выполнение практического задания по теме	
Тема 1.8. Стратегия продвижения	Содержание учебного материала	5/4
	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
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4

	1. Выполнение практического задания по теме	
Тема 1.9. Брендинг	Содержание учебного материала	7/6
	Понятие и структура бренда. Функции бренда. Идентификаторы бренда организации: вербальные и невербальные. Модели бренда. Брендинг в интернет-пространстве	1
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	6
	1. Выполнение практического задания по теме	
Раздел 2. Разработка лендинга		
Тема 2.1. Landing Page: базовые понятия и этапы создания	Содержание учебного материала	5/4
	Понятие Landing Page. Фундамент лендинга. Отличие лендинга от сайта. Рекламные модели как основа лендинга. Принципы построения лендинга. Базовые ошибки при построении лендинга. Ситуации, когда нужен лендинг. Анализ конкурентов: основные подходы и методы. Сервисы анализа конкурентов. Анализ целевой аудитории. Методы анализа целевой аудитории: метод персон (профили потребителей), Jobs To Be Done, классические методы анализа. Составление текста. Основы эффективного составления текста. Этапы написания текста: формирование структуры текста, разработка оффера, написание текста, оптимизация. Прототипирование: понятие и основные подходы. Дизайн лендинга.	1
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	1. Выполнение практического задания по теме	
Тема 2.2. Функциональные блоки лендинга	Содержание учебного материала	5/4
	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
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	1. Выполнение практического задания по теме	
Тема 2.3. Дизайн лендинга	Содержание учебного материала	5/4
	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.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	1. Выполнение практического задания по теме	
Промежуточная аттестация	Зачет с оценкой	-
Промежуточная аттестация	Защита курсовой работы (проекта)	-
Примерная тематика курсовых работ (проектов): 1. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия сферы сервиса (на примере ...). 2. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для производственного предприятия (на примере ...). 3. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия индустрии гостеприимства (на примере ...). 4. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для ИТ-предприятия (на примере ...). 5. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия в сфере образования (на примере ...). 6. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для коммерческого банка (на примере ...). 7. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для коммерческого предприятия (на примере ...). 8. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для отеля (на примере ...). 9. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для санатория (на примере ...). 10. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для HR-агентства (на примере ...). 11. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия общественного питания (на примере ...). 12. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для ресторана (на примере ...). 13. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для транспортной компании (на примере ...). 14. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для интернет-магазина (на примере ...). 15. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для маркетплейса (на примере ...). 16. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для интернет-провайдера (на примере ...). 17. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия, оказывающего медицинские услуги (на примере ...). 18. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для строительной компании (на примере ...). 19. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия ЖКХ (на примере ...). 20. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для консалтинговой компании (на примере ...). 21. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятий модной индустрии (на примере ...). 22. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для ресурсоснабжающей компании (на примере ...). 23. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия пищевой промышленности (на примере ...). 24. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия кондитерского производства (на примере ...). 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 ...)	
Практическая подготовка	УП. 03.01 Учебная практика*	36
	ПП.03.01 Производственная практика*	36
Экзамен по модулю*		6
Всего		310

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

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

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/](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		
ПК 3.1 Определять готовность веб-сайта к продвижению	Знания: основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов; основы веб-технологии; основы веб-дизайна; основы компьютерной грамотности; методы обработки текстовой информации; правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов; основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита; правил составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации; основ оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; способов корректировки внутренних ошибок веб-сайта; особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; особенности функционирования современных поисковых машин; правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта. Умения: 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	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике Оценка результатов выполнения практических заданий Аналитические отчеты по выполнению творческих заданий Презентации по результатам выполнения докладов Результаты контрольной работы

	занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины; использовать инструменты для проведения технического аудита. Навыки: проведения технического анализа аудируемого веб-сайта; проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта; проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.	
ПК 3.2 Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Знания: внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок; особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний; стандартов делового общения в письменной и устной форме; особенностей функционирования современных поисковых машин; правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта; правил формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы); методов обработки текстовой и графической информации; основ копирайтинга и веб-райтинга. Умения: 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-	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике Оценка результатов выполнения практических заданий Аналитические отчеты по выполнению творческих заданий Презентации по результатам выполнения докладов Результаты контрольной работы

	телекоммуникационной сети "интернет"; анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины; составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта; анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию. Навыки: анализа поисковой выдачи; анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи; анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет"; определения стратегии поискового продвижения; проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении; анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.	
ПК 3.3 Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети «Интернет»	Знания: основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна; правил реферирования, аннотирования и редактирования текстов. Умения: определять маркетинговые стратегии; составлять smm-стратегии; составлять контент-планы; создавать стратегии продвижения; сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов. Навыки:	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике Оценка результатов выполнения практических заданий Аналитические отчеты по выполнению творческих заданий Презентации по результатам выполнения докладов Результаты контрольной работы

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

	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. Навыки: разработки лендинга.	
ПК 3.6 Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Знания: методов обработки текстовой информации и графической информации. Умения: составлять информационно-аналитические справки; оформлять отчетные документы. Навыки: 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.	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике Оценка результатов выполнения практических заданий Аналитические отчеты по выполнению творческих заданий Презентации по результатам выполнения докладов Результаты контрольной работы
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Знания: 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. Умения: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике Оценка результатов выполнения практических заданий Аналитические отчеты по выполнению творческих заданий Презентации по результатам выполнения докладов Результаты контрольной работы

	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).	
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Знания: номенклатура 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. Умения: 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	

