

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Лесняк Елена Николаевна

Должность: Директор

Дата подписания: 12.03.2025 10:38:19

Уникальный программный ключ:

4f8763c0f69fcc0b76a554a96bba130b42854b57503309a6b8cc637f77303946

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«АКАДЕМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»**

ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта
среднего профессионального образования**

по специальности

38.02.08

Торговое дело

(код)

(Наименование специальности / профессии)

ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга

(Наименование модуля)

МДК 043.01 Технология интернет-маркетинга

УП.02.01 Учебная практика

ПП.02.01 Практика по профилю специальности

Кафедра разработчик

Технология торговли и общественного питания

Год набора

2023, 2024

2024г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	23
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	27

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Организация и осуществление интернет- маркетинга

1.1. Область применения программы

Примерная программа профессионального модуля– является частью примерной программы подготовки специалистов среднего звена и составлена в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.08 Торговое дело в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Организация и осуществление интернет-маркетинга и соответствующих **профессиональных компетенций (ПК):**

ПК 3.1 Определять готовность веб-сайта к продвижению

ПК 3.2 Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»

ПК 3.3 Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети

ПК 3.4 Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество;

ПК 3.5 Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика

ПК 3.6 Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Личностные результаты воспитания

ЛР 13 Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение в условиях риска и неопределенности

ЛР 14 Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость

ЛР 15 Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий

ЛР 16 Гибко реагирующий на появление новых форм трудовой деятельности, готовый к их освоению

ЛР 17 Экономически активный, предприимчивый, готовый к самозанятости

ЛР18 Самостоятельный и ответственный в принятии решений во всех сферах своей деятельности, готовый к исполнению разнообразных социальных ролей, востребованных бизнесом, обществом и государством

ЛР 19 Мотивированный к освоению функционально близких видов профессиональной деятельности, имеющих общие объекты (условия, цели) труда, либо иные схожие характеристики

ЛР 20 Готовый к профессиональной конкуренции и конструктивной реакции на критику

ЛР 21 Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий

ЛР 22 Способный ставить перед собой цели под возникающие жизненные задачи, подбирать способы решения и средства развития. в том числе с использованием цифровых средств; содействующий поддержанию престижа своей профессии и образовательной организации

ЛР 23 Способный искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств; предупреждающий собственное и чужое деструктивное поведение в сетевом пространстве

ЛР 24 Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном

профессиональном образовании при подготовке, переподготовке и повышении квалификации работников отрасли, при наличии среднего общего образования. Опыт работы не требуется.

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

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

владеть навыками:

- проведения технического анализа аудируемого веб-сайта;
- проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта;
- проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого веб-сайта;
- анализа поисковой выдачи;
- анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи;
- анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";
- определения стратегии поискового продвижения;
- проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении;
- анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем;
- определения стратегии продвижения в социальных сетях;
- размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
- размещения медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
- разработки лендинга;
- анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы;
- анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании;
- составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.

знать:

- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;
- основы веб-технологии;
- основы веб-дизайна;
- основы компьютерной грамотности;
- методы обработки текстовой информации;
- правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;
- основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита;
- правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации;
- основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;
- способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта;
- особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;
- особенности функционирования современных поисковых машин;
- правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;
- внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок;
- особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;
- правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний;
- стандарты делового общения в письменной и устной форме;

- особенности функционирования современных поисковых машин;
- правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;
- правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы);
- методы обработки текстовой и графической информации;
- основы копирайтинга и веб-райтинга;
- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна;
- правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;
- перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «интернет»;
- особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа;
- основы разработки и поддержки сайтов/лендингов;
- основы гипертекстовой разметки;
- стандарты верстки веб-сайтов;
- принципиальные отличия лендингов от сайтов;
- сервисы для автоматизации рассылок;
- методы обработки текстовой информации и графической информации.

уметь:

- выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;
- документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта;
- формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);
- выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;
- выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;
- использовать инструменты для проведения технического аудита;
- определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;
- составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;
- актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";
- анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;
- составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;
- анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;
- анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию;
- определять маркетинговые стратегии;
- составлять smm-стратегии;
- составлять контент-планы;
- создавать стратегии продвижения;
- сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;
- разрабатывать уникальные торговые предложения;
- разрабатывать рекламные модули;
- создавать стратегии продвижения;
- сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;

- обосновывать выбор целевой аудитории;
- создавать тексты и рекламные слоганы;
- создавать тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;
- различать виды текстов;
- рассчитывать бюджет на создание лендинга;
- писать техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций;
- определять СТА для лендингов;
- работать с бесплатными сервисами создания лендингов;
- создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, работать с сервисами рассылок;
- составлять информационно-аналитические справки;
- оформлять отчетные документы.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего 294 часов, в том числе:

объем образовательной программы часов, включая:

с преподавателем – 160 часов;

самостоятельной работы обучающегося - 46 часов;

консультация -4 часов

промежуточная аттестация- 6 часов

УП. 02.01 Учебная практика – 36 часов

ПП.02.01 Производственная практика (по профилю специальности) – 36 часов

ПМ.02 Экзамен по модулю – 6 часов

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1	Определять готовность веб-сайта к продвижению
ПК 3.2	Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
ПК 3.3	Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети
ПК 3.4	Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество;
ПК 3.5	Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика
ПК 3.6	Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
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 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Практика		Консультация	Промежуточная аттестация
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося	Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов		
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов				
1	2	3	4	5	6	7	9	10	11	
МДК 03.01	Технология интернет-маркетинга	216	164		-	46				6
	Учебная практика, часов	36					36			
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	36							36	
	Экзамен по модулю	6								
	Всего:	294	164	100	-	46	36	36	4	6

* Раздел профессионального модуля – часть программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отлагательного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)	Объем часов	Уровень освоения	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4	
МДК 03.01 Организация и осуществление интернет-маркетинга				
Тема 1.1 Основы маркетинга	Содержание	6	2, 3	ОК 01-05, 09 ПК 3.1-3.6 ЛР 13-24
	1.	Процесс управления маркетингом, основные этапы, проблемы реализации.		
	2.	Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке.		
	3	Организация службы маркетинга на предприятии.		
	4	Маркетинговая среда предприятия в рыночной экономике.		
	5	Основные факторы микросреды функционирования фирмы.		
	6	Основные факторы макросреды функционирования фирмы.		
	7	Жизненный цикл товаров: основные стадии.		
	8	Продвижение товаров и услуг.		
	Практические занятия	2	3	
1.	Практическое занятие № 1 Разработка схемы жизненного цикла товаров	2		
	Содержание	6	2,3	ОК 01-05, 09 ПК 3.1-3.6 ЛР 13-24
	1	Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу.		
	2	Основные клиенты интернет-маркетинга.		
	3	Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей		
	4	Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы		
Тема 1.3. Инновации в маркетинге	Содержание	6	2,3	ОК 01-05, 09 ПК 3.1-3.6 ЛР 13-24
	1.	Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности		
	2.	Новые решения для рекламы: Digital Signage, Indoor TV.		
	3.	Информационные системы управления опытом потребителей		
	Практические занятия	8		

	1.	Практическое занятие № 2. Разработка форм опроса для сайта произвольной компании с целью определения отношения клиентов к ее товарам (услугам) с использованием цифровых технологий и электронной почты клиента	4		
		Практическое занятие № 3. Формирование отчета по поиску числа посетителей сайта, используя возможности маркетинговой программы (SerpParser или аналогичной): составьте отчет по поиску числа посетителей сайта предприятия по месяцам и дням, в том числе из разных поисковых систем.	4		
Тема 1.4. Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге	Содержание		6		
	1.	Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа.		2,3	ОК 01-05, 09 ПК 3.1-3.6 ЛР 13-24
	2.	Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта.			
	Практическое занятие		4	3	
	1.	Практическое занятие № 4. Анализ внешней среды предприятия	2		
2	Практическое занятие № 5. Анализ внутренней среды предприятия	2			
Тема 1.5. Анализ готовности веб-сайта к продвижению	Содержание		6		
	1.	Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности		2,3	ОК 01-05, 09 ПК 3.1-3.6 ЛР 13-24
	2.	Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов,			
	3.	Основы письменной деловой коммуникации использования инструментов для проведения технического аудита			
	4	Правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации.			
	5	Основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. Способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта			
	Практические занятия		12		
		Практическое занятие № 6. Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование	4	3	ОК 01-05, 09 ПК 3.1-3.6 ЛР 13-24
		Практическое занятие № 7. Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити)	4		
		Практическое занятие № 8. Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов	4		
Тема 1.6. Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Содержание		6		
	1.	Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов.		2,3	ОК 01-05, 09 ПК 3.1-3.6 ЛР 13-24
	2	Организация правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний, стандартов делового общения в письменной и устной форме, особенностей функционирования современных поисковых машин.			
	3	Анализ правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта.			
	4	Правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов			

	страницы, описания страницы).				
5	Методы обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и веб-райтинга.				
Практические занятия		16			
1.	Практическое занятие № 9. Анализ практических ситуаций на определение факторов, влияющих на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче. Составление списка ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи.	2	3		
2.	Практическое занятие № 10. Анализ практических ситуаций на актуализацию информации о поведении пользователей веб-сайтов и заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», анализ собранной информации и принятие решения о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины.	2			
	Практическое занятие № 11. Анализ практических ситуаций по составлению списка ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин	2			
	Практическое занятие № 12. Анализ релевантности составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта, анализ списка ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию	2			
	Практическое занятие №13. Создание информационных материалов методического характера	2			
	Практическое занятие №14. Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем	2			
	Практическое занятие № 15. Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, проведение анализа проектов.	2			
	Практическое занятие № 16. Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа	2			
Содержание		6			
Тема 1.7 Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет»	1	Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения. Концепция продвижения, цели и задачи продвижения.		2,3	ОК 01-05, 09 ПК 3.1-3.6 ЛР 13-24
	2	Целевая аудитория, модели поведения аудитории и методы влияния на нее			
	3	Понятие «социальная сеть», общие принципы работы виртуальных социальных сетей.			
	4	SMM-стратегия, методы измерения эффективности, методы создания контента.			
	5	Стратегия продаж через «блогосферу»			
	6	Понятие и значение контент-плана в интернет-маркетинге. Виды контент-планов. Содержание контент-плана			
Практические занятия		16			

	1.	Практическое занятие № 17. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях	4	3		
	2.	Практическое занятие № 18. Составление рубрикатора с предоставлением не менее трех тем для каждой рубрики, определение форматов постов и описания требований к ним	4			
	3.	Практическое занятие № 19. Разработка примеров для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление	4			
	4.	Практическое занятие № 20. Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия	4			
Тема 1.8 Организация и проведение рекламных кампаний в социальных медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество	Содержание		6			
	1.	Изучение перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет»		2,3	ОК 01-05, 09 ПК 3.1-3.6 ЛР 13-24	
	2.	Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа				
	3.	Характеристика социальных медиа				
	4.	Анализ рекламных модулей.				
	5.	Анализ уникальных торговых предложений и рекламных рассылок				
	Практические занятия		16			
	1.	Практическое занятие № 21. Разработка уникальных торговых предложений.	4	3		
	2.	Практическое занятие № 22. Разработка рекламных модулей.	4			
		3.	Практическое занятие № 23. Разработка стратегии продвижения товара.	4		
	4.	Практическое занятие № 24. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара	4			
Тема 1.9. Создание лендинга	Содержание		6			
	1.	Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования, структура.		2,3	ОК 01-05, 09 ПК 3.1-3.6 ЛР 13-24	
	2.	Конструкторы для создания «landing page».				
	Практические занятия		6			
	1.	Практическое занятие 25. Разработка лендинга для коммерческого предприятия	4	3		
2.	Практическое занятие 26. Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет»	2				
Тема 1.10 Анализ эффективности в интернет-маркетинге	Содержание		6			
	1.	Концепции эффективности в интернет-маркетинге.		2,3	ОК 01-05, 09 ПК 3.1-3.6 ЛР 13-24	
	2.	Методы измерения в интернете.				
	3.	Методы идентификации посетителей.				
	4.	Измерение эффективности интернет-маркетинга.				
	5.	Анализ рекламной компании по стоимости клиентов и конверсии.				
	Практические занятия		20			
	1.	Практическое занятие № 27. Анализ технологии меток.	4	3		
	2.	Практическое занятие № 28. Анализ результатов маркетинговой активности.	4			
3.	Практическое занятие № 29. Анализ производных данных о пользователе.	4				

	4.	Практическое занятие № 30. Расчет стоимости рекламной кампании.	4		
	5	Практическое занятие № 31. Анализ принципов медиапланирования в интернете	4		
Учебная практика Виды работ: 1. Введение в профессию «SMM (Social Media Marketing) – специалист». 2. Интерфейсы социальных сетей: основные инструменты и возможности. 3. Определение целевой аудитории (ЦА) и путь клиента: от знакомства до покупки. 4. Анализ конкурентов. 5. Воронка продаж, её роль в SMM. 6. Стратегия продвижения. 7. Нейросети в SMM. 8. Упаковка социальных сетей. 9. Работа с визуалом социальных сетей. 10. Stories как инструмент продвижения. 11. Создание рубрикатора и контент-план. 12. Копирайтинг и написание текстов. 13. Основы продвижения и медиапланирование. 14. Сервисы для упрощения работы SMM-специалиста. 15. Видеоконтент как эффективный метод продвижения. 16. Продвижение во ВКонтакте. 17. Работа с Telegram. 18. Отчетность и аналитика. 19. Выводы Приложения (<i>схемы, графики, таблицы, фотографии</i>)			36		
Производственная практика Виды работ Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта. Анализ поисковой выдачи. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Определение стратегии поискового продвижения. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем. Определение стратегии продвижения в социальных сетях. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Разработка лендинга.			36		ОК 01-05, 09 ПК 3.1-3.6 ЛР 13-24

Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании. Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.			
Всего	160		

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предлагает наличие
Лаборатория «Предпринимательства и интернет – маркетинга»,

4.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568394>
2. Карпова, С.В. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491722>
3. Синяева И.М. PR в сфере коммерции: учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. И. М. Синяевой. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 298 с. — (Среднее профессиональное образование). — ISBN 978-5-9558-0614-3. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1018359>

Дополнительные источники:

1. Ашманов, И. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах / И. Ашманов. СПб.: Питер, 2021.
2. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе / Л. П. Гаврилов. – М. : Юрайт, 2021.
3. Гаврилов, Л. П. Основы электронной коммерции и бизнеса / Л. П. Гаврилов. – М. : Юрайт, 2021.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

планируется проводить при делении группы на подгруппы, что способствует индивидуализации обучения, повышению качества обучения.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по профессиональному модулю и осуществляющих руководство практикой: образовательный процесс должен обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого профессионального модуля. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Преподаватели должны уметь осуществлять практический показ всех осваиваемых действий и умений.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1	<p>выявляет технические ошибки в работе веб-сайта; документирует выявленные ошибки в работе веб-сайта; формулирует предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити); выявляет технические преимущества веб-сайтов конкурентов; выявляет особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины; использует инструменты для проведения технического аудита</p>	<p>Устный/письменный опрос. Тестирование. Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном. Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий. Экспертная оценка контрольных / проверочных работ. Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.</p>
ПК 3.2	<p>определяет факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче; составляет список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи; актуализирует информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; анализирует собранную информацию и принимает решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины; составляет список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; анализирует релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта; анализирует список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию</p>	<p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях. Экспертная оценка создания и представления презентаций. Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках. Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике. Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.</p>
ПК 3.3	<p>определяет маркетинговые стратегии; составляет SMM-стратегии; составляет контент-планы; создает стратегии продвижения; проводит сегментацию целевой</p>	<p>Экспертная оценка результатов деятельности</p>

	аудитории для разных задач и продуктов	<p>обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – на практических занятиях – при выполнении работ на различных этапах учебной практики; – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.
ПК 3.4	разрабатывает уникальные торговые предложения; разрабатывает рекламные модули; создает стратегии продвижения; сегментирует целевую аудиторию для разных задач и продуктов; обосновывает выбор целевой аудитории; создает тексты и рекламные слоганы	
ПК 3.5	создает тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций; различает виды текстов; рассчитывает бюджет на создание лендинга; составляет техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций; определяет СТА для лендингов; работает с бесплатными сервисами создания лендингов; создает уникальное торговое предложение для определенных задач; работает с сервисами рассылок.	
ПК 3.6	составляет информационно-аналитические справки; оформляет отчетные документы.	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 01	распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	<p>Устный/письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p> <p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.</p> <p>Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.</p>
ОК 02	определяет задачи для поиска	

	<p>информации, необходимые источники и планирует процесс поиска;</p> <p>структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска;</p> <p>оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач;</p> <p>используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</p>	<p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p> <p>Экспертная оценка создания и представления презентаций.</p> <p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.</p> <p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.</p> <p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.</p> <p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – на практических занятиях – при выполнении работ на различных этапах учебной практики; – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.
ОК 04	<p>демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды;</p> <p>в ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ</p>	
ОК 05	<p>грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами,</p> <p>демонстрирует толерантность в рабочем коллективе</p>	
ОК 09	<p>понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы;</p> <p>участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;</p> <p>строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;</p> <p>кратко обосновывает и объясняет свои действия;</p> <p>пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.</p>	