

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Узунова Галина Петровна

Должность: Директор

Дата подписания: 19.09.2024 10:53:55

Уникальный программный ключ:

ec29c88afcd483fc3f14efec2359d2c1514e1daf0074e9391ec46ce98af9ce5f

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ**

**«ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ»**

**«ОТКРЫТЫЙ ТАВРИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ПМ.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА**  
(код, наименование)

**ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ**  
**38.02.08 ТОРГОВОЕ ДЕЛО**  
(код, наименование)

**СПЕЦИАЛИСТ ТОРГОВОГО ДЕЛА**  
(квалификация)

**БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ ПОДГОТОВКИ**  
(базовый, углубленный)

**ФОРМА ОБУЧЕНИЯ**  
**ОЧНАЯ**

Симферополь, 2024г.

2

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА  
на заседании цикловой комиссии  
по профессиональной и практической  
подготовке специальности  
38.02.08 Торговое дело.  
Протокол №4 от «26» июня 2024г.  
Председатель цикловой комиссии  
Мазниченко В. Л.

Разработана на основе Федерального  
государственного образовательного  
стандарта по специальности  
среднего профессионального  
образования  
Приказ Министерства просвещения  
России от 19.07.2023 г. №548 «Об  
утверждения ФГОС СПО по  
специальности 38.02.08 Торговое  
дело»

Разработчики:

Мазниченко В. Л., преподаватель

Ф.И.О., ученая степень, звание, должность,

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

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

1.1.1. 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 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 3 н.4.	Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)
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»

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	проведения технического анализа аудируемого веб-сайта; проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта; проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта; анализа поисковой выдачи; анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи; анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";
------------------	--

	<p>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.</p>
<p>Уметь</p>	<p>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;</p>

	<p>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.</p>
Знать	<p>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 сообщаемого 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</p>

	<p>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.</p>
--	--

## 1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов 402,  
в том числе в форме практической подготовки 282 часа.  
Из них на освоение МДК 216 часов,  
в том числе самостоятельная работа – 60 часов,  
практики, в том числе учебная – 36 ч.  
производственная 72 ч.  
Промежуточная аттестация – 12ч.

## 2. Структура и содержание профессионального модуля

### 2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической. подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Обучение по МДК					Практики	
				Все го	В том числе				Учебная	Производственная
Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная							
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09	Раздел 1. Технология интернет-маркетинга	216	152	216	152	-	60		-	-
	Учебная практика	36	36						36	
	Производственная практика	72	72							72
	Промежуточная аттестация	12								
	Всего:	336	260	216	152	0	0		36	72



## 2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
1	2	3
Раздел 1. Технология интернет-маркетинга		282/224
МДКн.05.01 Технология интернет-маркетинга		216/152
Тема 1.1. Основы маркетинга	Содержание	14/2
	Процесс управления маркетингом, основные этапы, проблемы реализации.	12
	Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке.	
	Организация службы маркетинга на предприятии.	
	Маркетинговая среда предприятия в рыночной экономике.	
	Основные факторы микросреды функционирования фирмы.	
	Основные факторы макросреды функционирования фирмы.	
	Жизненный цикл товаров: основные стадии.	
Продвижение товаров и услуг.		
	В том числе практических занятий	2
	Практическое занятие 1. Разработка схемы жизненного цикла товаров	2
Тема 1.2. Определение и характеристики интернет-маркетинга	Содержание	4/0
	1. Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу.	4
	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.	Содержание	12/8

Инновации в маркетинге	1. Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности	4
	2. Новые решения для рекламы: Digital Signage, Indoor TV.	
	3. Информационные системы управления опытом потребителей	8
	В том числе практических занятий	
	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	Содержание	14/10
Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге	1. Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа.	4
	2. Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта.	10
	В том числе практических занятий	
	Практическое занятие 4. Анализ внешней среды предприятия	2
	Практическое занятие 5. Анализ внутренней среды предприятия	2
	Практическое занятие 6. Определение целевой аудитории: выделить сегменты целевой аудитории, составить описание каждого сегмента с учетом следующих характеристик: фото типичного представителя, пол, возраст, география проживания, семейное положение, образование, доход, профессиональная деятельность, интересы, стиль жизни	6
Тема 1.5.	Содержание	26/20
Анализ готовности веб-сайта к продвижению	1. Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности	6
	2. 2. Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов,	
	3. 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	
	В том числе практических занятий	20
	Практическое занятие 7. Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование	4
	Практическое занятие 8. Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити)	4
	Практическое занятие 9. Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов	4
	Практическое занятие 10. Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины	4
	Практическое занятие 11. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита	4
Тема 1.6.	Содержание	44/36
Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов.	8
	Организация правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний, стандартов делового общения в письменной и устной форме, особенностей функционирования современных поисковых машин.	
	Анализ правил 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 основ копирайтинга и веб-райтинга.	
	В том числе практических занятий	36
	Практическое занятие 12. Анализ практических ситуаций на определение факторов, влияющих на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче. Составление списка ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи.	4
	Практическое занятие 13. Анализ практических ситуаций на актуализацию информации о поведении пользователей веб-сайтов и заданной тематики в информационно-	4

	телекоммуникационной сети «Интернет», анализ собранной информации и принятие решения о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины.	
	Практическое занятие 14. Анализ практических ситуаций по составлению списка ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин	4
	Практическое занятие 15. Анализ релевантности составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта, анализ списка ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию	4
	Практическое занятие 16. Создание информационных материалов методического характера	4
	Практическое занятие 17. Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем	4
	Практическое занятие 18. Анализ конкурентов. Анализ результатов поиска не менее 5 аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, и составление аналитической справки, в которой проведен анализ проектов (конкурентов) не менее чем по 5 критериям.	4
	Практическое занятие 19. Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, проведение анализа проектов.	4
	Практическое занятие 20. Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа	4
Тема 1.7.	Содержание	32/24
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.	8
	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.	
	7. Содержание контент-плана	

	В том числе практических занятий	24
	Практическое занятие 21. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях	4
	Практическое занятие 22. Составление рубрикатора с предоставлением не менее трех тем для каждой рубрики, определение форматов постов и описания требований к ним	4
	Практическое занятие 23. Разработка примеров для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление	4
	Практическое занятие 24. Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия	4
	Практическое занятие 25. Разработка и анализ контент-плана для производственного предприятия	4
	Практическое занятие 26. Разработка и анализ контент-плана для образовательного учреждения	4
Тема 1.8 Организация и проведение рекламных кампаний в социальных медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество	Содержание	24/16
	1. Изучение перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет»	8
	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	
	В том числе практических занятий	16
Практическое занятие 27. Разработка уникальных торговых предложений.	4	
Практическое занятие 28. Разработка рекламных модулей.	4	
Практическое занятие 29. Разработка стратегии продвижения товара.	4	
Практическое занятие 30. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара	4	
Тема 1.9. Создание лендинга	Содержание	18/16
	1. Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования, структура.	2
	2. Конструкторы для создания «landing page».	
	В том числе практических занятий	16
Практическое занятие 31. Разработка лендинга для коммерческого предприятия	4	

	Практическое занятие 32. Разработка лендинга для производственного предприятия	4
	Практическое занятие 33. Разработка лендинга для образовательного учреждения	4
	Практическое занятие 34. Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет»	4
Тема 1.10. Анализ эффективности в интернет-маркетинге	Содержание	28/20
	Концепции эффективности в интернет-маркетинге.	8
	Методы измерения в интернете.	
	Методы идентификации посетителей.	
	Измерение эффективности интернет-маркетинга.	
	Анализ рекламной компании по стоимости клиентов и конверсии.	
	В том числе практических занятий	20
	Практическое занятие 35. Анализ технологии меток.	4
	Практическое занятие 36. Анализ результатов маркетинговой активности.	4
	Практическое занятие 37. Анализ производных данных о пользователе.	4
	Практическое занятие 38. Расчет стоимости рекламной кампании.	4
Практическое занятие 39. Анализ принципов медиапланирования в интернете	4	
Учебная практика Виды работ Определение целевой аудитории: выделить сегменты целевой аудитории, составить описание каждого сегмента с учетом следующих характеристик: фото типичного представителя, пол, возраст, география проживания, семейное положение, образование, доход, профессиональная деятельность, интересы, стиль жизни. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита. Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях. Разработка и анализ контент-плана для разных типов предприятий. Разработка уникальных торговых предложений. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара. Анализ результатов маркетинговой активности. Расчет стоимости рекламной кампании.	36	
Производственная практика	72	

<p>Виды работ</p> <p>Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта.</p> <p>Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта.</p> <p>Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.</p> <p>Анализ поисковой выдачи.</p> <p>Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи.</p> <p>Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p>Определение стратегии поискового продвижения.</p> <p>Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении.</p> <p>Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.</p> <p>Определение стратегии продвижения в социальных сетях.</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>Разработка лендинга.</p> <p>Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы.</p> <p>Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании.</p> <p>Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.</p>	
<p>Экзамен по модулю</p>	<p>12</p>
<p>Всего</p>	<p>336</p>

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля предусмотрены следующие специальные помещения:

Оснащение рабочего места студентов во время выполнения практических заданий профессионального модуля включает:

*Оборудование:*

- рабочие места по количеству студентов;
- мультимедиа проектор;
- тесты и ситуационные задания;
- рабочие тетради

*Технические средства:*

- компьютер с лицензионным программным обеспечением MS Windows XP W, MS Office
- калькуляторы.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

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>

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> (дата обращения: 18.06.2022). — Режим доступа: по подписке.

3.2.2. Дополнительные источники

Ашманов, И. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах / И. Ашманов. СПб.: Питер, 2021.

Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе / Л. П. Гаврилов. — М. : Юрайт, 2021.

Гаврилов, Л. П. Основы электронной коммерции и бизнеса / Л. П. Гаврилов. — М. : Юрайт, 2021.



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

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1	<p>выявляет технические ошибки в работе веб-сайта;</p> <p>документирует выявленные ошибки в работе веб-сайта;</p> <p>формулирует предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);</p> <p>выявляет технические преимущества веб-сайтов конкурентов;</p> <p>выявляет особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;</p> <p>использует инструменты для проведения технического аудита</p>	<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>
ПК 3.2	<p>определяет факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;</p> <p>составляет список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;</p> <p>актуализирует информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</p> <p>анализирует собранную информацию и принимает решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;</p> <p>составляет список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;</p> <p>анализирует релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;</p> <p>анализирует список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию</p>	<p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p> <p>Экспертная оценка создания и представления презентаций.</p>
ПК 3.3	<p>определяет маркетинговые стратегии;</p> <p>составляет SMM-стратегии;</p> <p>составляет контент-планы;</p> <p>создает стратегии продвижения;</p> <p>проводит сегментацию целевой</p>	<p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и</p>

	аудитории для разных задач и продуктов	построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.
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	Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.
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.	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.
ПК 3.6	составляет информационно-аналитические справки; оформляет отчетные документы.	
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)	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: – 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 02	определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска; структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска;	

	оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	
ОК 04	демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды; в ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ	
ОК 05	грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами, демонстрирует толерантность в рабочем коллективе	
ОК 08	применяет рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности; пользуется средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной профессии (специальности)	
ОК 09	понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы; участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывает и объясняет свои действия; пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.	