

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 03.05.2023 12:04:41

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac3da147f415362ffaf0ee37e73fa19

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Курский государственный университет»**

**Колледж коммерции, технологий и сервиса**

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

ученого совета от 30.10.2023 г., №4

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

**ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга**



Курск 2023

Рабочая программа производственной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) **38.02.08 Торговое дело** (базовой подготовки).

Организация – разработчик: ФГБОУ ВО «Курский государственный университет»

Разработчик:

Бысова Т.В. - преподаватель колледжа коммерции, технологии и сервиса ФГБОУ ВО «Курский государственный университет»

## **1. Цели производственной практики**

Целями производственной практики **ПП.03** являются:

- закрепление и углубление теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин;
- формирование первичных профессиональных умений и навыков по избранной специальности;
- приобретение практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности.

## **2. Задачи производственной практики**

Задачами производственной практики **ПП.03** являются:

- Ознакомление с организацией, в которой проходит практика, с целью формирования общего представления об организационной структуре и деятельности организации;
- 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.
- Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы.

## **3. Место производственной практики в структуре ППССЗ**

Программа производственной практики является частью ППССЗ в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело в части освоения основного вида профессиональной деятельности: Организация и осуществление интернет-маркетинга.

На освоение практики по профилю специальности **ПП.03** учебным планом отводится 72 часа, которые отрабатываются в шестом семестре третьего года обучения в **ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга**. Производственная практика **ПП.03** базируется на основе междисциплинарного курса МДК 03.01. Технология интернет-маркетинга ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга.

## **4. Место и время проведения производственной практики**

Местом прохождения производственной практики могут быть предприятия (организации) различных форм собственности и правового статуса, осуществляющие коммерческую деятельность: индивидуальные предприятия, хозяйственные и акционерные общества и т.д. г.Курска на основе договоров, заключаемых между образовательной организацией и предприятиями.

Время прохождения производственной практики определяется графиком учебного процесса и расписанием занятий. Продолжительность рабочего дня обучающихся при прохождении производственной практики – 6 часов и не более 36 академических часов в неделю.

На обучающихся, проходящих производственную практику распространяются правила охраны труда и правила внутреннего трудового распорядка, действующие на базе практической подготовки.

**5. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной практики**

В результате прохождения данной производственной практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, общие и профессиональные компетенции:

**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";
  - 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.

**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.

**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.

**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 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 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

## 6. Структура и содержание производственной практики

Общая трудоемкость производственной практики в пятом семестре составляет 72 часа.

№ п/п	Разделы и этапы практики	Общее количество часов	Формы текущего контроля
1	Определение стратегии поискового продвижения.	6	1. Наблюдение и оценка выполнения видов работ. 2. Оценка оформления отчета по практике.

2	Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении.	6	1.Наблюдение и оценка выполнения видов работ. 2.Оценка оформления отчета по практики.
3	Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.	6	1.Наблюдение и оценка выполнения видов работ. 2.Оценка оформления отчета по практики.
4	Определение стратегии продвижения в социальных сетях.	6	1.Наблюдение и оценка выполнения видов работ. 2.Оценка оформления отчета по практики.
5	Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	6	1.Наблюдение и оценка выполнения видов работ. 2.Оценка оформления отчета по практики.
6	Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	6	1.Наблюдение и оценка выполнения видов работ. 2.Оценка оформления отчета по практики.
7	Разработка лендинга.	6	1.Наблюдение и оценка выполнения видов работ. 2.Оценка оформления отчета по практики.
8	Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы.	12	1.Наблюдение и оценка выполнения видов работ. 2.Оценка оформления отчета по практики.
9	Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании.	6	1.Наблюдение и оценка выполнения видов работ. 2.Оценка оформления отчета по практики.
10	Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.	12	1.Наблюдение и оценка выполнения видов работ. 2.Оценка оформления отчета по практики.
			<b>Итого : 72 часа</b>

## 7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся на производственной практике ПП.03

### *Контрольные вопросы для проведения текущей аттестации по разделам (этапам) практики, осваиваемым обучающимся самостоятельно*

1. Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин,
2. Анализ способов устранения ошибок, о

3. Характеристика особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов.
4. Правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта.
5. Правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы).
6. Методы обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и веб-райтинга.
7. Перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет»
8. Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа
9. Характеристика социальных медиа
10. Анализ рекламных модулей.
11. Анализ уникальных торговых предложений и рекламных рассылок

***Контрольные задания для проведения текущей аттестации по разделам (этапам) практики, осваиваемым обучающимся самостоятельно***

1. Процесс определения стратегии поискового продвижения.
2. Как осуществляется проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении?
3. Процесс анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.
4. Как определить стратегии продвижения в социальных сетях?
5. Порядок размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
6. Порядок размещения медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
7. Порядок разработки лендинга.
8. Как провести анализ использования информационных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы?
9. Как провести анализ использования навигационных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы?
10. Как провести анализ использования функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы?
11. Как провести анализ использования показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании?
12. Как составить отчет по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.

**8. Формы промежуточной аттестации (по итогам производственной практики)**

Формой промежуточной аттестации является дифференцированный зачет.

**9. Учебно-методическое и информационное обеспечение производственной практики**

**Основная литература**

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, 2024. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544789>



2. 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, 2024. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538514>

### **Дополнительная литература**

1. Ашманов, И. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах / И. Ашманов. СПб.: Питер, 2024.
2. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе / Л. П. Гаврилов. — М. : Юрайт, 2024.
3. Гаврилов, Л. П. Основы электронной коммерции и бизнеса / Л. П. Гаврилов. — М. : Юрайт, 2024.

### **Интернет ресурсы:**

1. Энциклопедия маркетинга: <http://marketing.spb.ru/>
2. Сайт гильдии маркетологов: <http://www.marketologi.ru/>
3. Сайт Российской ассоциации маркетинга: <http://www.ram.ru/>
4. On-line журнал по маркетингу 4p.ru: <http://4p.ru/>
5. <http://www.aup.ru/library/> - Административно-управленческий портал «Менеджмент и маркетинг в бизнесе».
6. [www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru/) (сайт гильдии маркетологов).
7. [www.btlregion.ru](http://www.btlregion.ru/) (всё о BTL).
8. <http://marketing.rbc.ru/> (исследования РБК).

## **10. Материально-техническое обеспечение производственной практики**

В качестве баз производственной практики должны быть выбраны предприятия, отвечающие следующим требованиям:

- соответствовать данной специальности и виду практики;
- иметь сферы деятельности, предусмотренные программой практики;
- располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой обучающихся.

Предприятие должно иметь:

- комплект бланков документации;
- принтер, ксерокс;
- компьютеры, обеспеченные выходом в Интернет.