

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 03.03.2025 22:04:41

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac3da143f415362ffa0e37e73fa19

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

Колледж коммерции, технологий и сервиса

УТВЕРЖДАЮ

протокол заседания

ученого совета от 30.10.2023 г., №4

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга



Курск 2023

Рабочая программа учебной 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, технологий и сервиса ФГБОУ ВО «Курский государственный университет»

1. Цели учебной практики

Целями учебной практики УП. 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга 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 учебной практики

Задачами учебной практики УП. 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга являются:

- закрепление и расширение теоретических и практических знаний и умений, приобретенных обучающимися в предшествующий период теоретического обучения;
- формирование у обучающихся профессиональных компетенций;
- приобретение практического опыта выполнения работ, связанных с профессиональной деятельностью;
- подготовка студентов к последующему осознанному изучению профессиональных модулей.

3. Место учебной практики в структуре ППССЗ

Программа учебной практики является частью ППССЗ в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.08 Торговое дело в части освоения основных видов профессиональной деятельности: организация и осуществление интернет-маркетинга.

На освоение учебной практики **ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга** учебным планом отводится 72 часа, которые отрабатываются в 6 семестре 3 года обучения.

Учебная практика **ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга** базируется на основе междисциплинарного курса МДК.03.01 Технология интернет-маркетинга.

В результате освоения данной практики студент 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";
- 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 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 поисковых машин;
- правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого 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.

4. Место и время проведения учебной практики

Учебная практика **ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга** проводится в лаборатории предпринимательства и интернет–маркетинга колледжа КГУ. Время прохождения учебной практики определяется графиком учебного процесса и расписанием занятий. Продолжительность рабочего дня для обучающихся при прохождении учебной практики – 6 часов.

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

5. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения учебной практики.

В результате прохождения данной учебной практики обучающийся должен освоить общие и профессиональные компетенции:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Участвовать в формировании ассортимента в соответствии с ассортиментной политикой организации, определять номенклатуру показателей качества товаров
ПК 3.3.	Оценивать и расшифровывать маркировку в соответствии с установленными требованиями
ПК 3.4.	Классифицировать товары, идентифицировать их ассортиментную принадлежность, оценивать качество, диагностировать дефекты, определять градации качества
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать эффективность и качество
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 12.	Соблюдать действующие законодательства и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий

6. Структура и содержание учебной практики

Общая трудоемкость учебной практики составляет 72 часа.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Общее количество часов	Формы текущего Контроля
1.	Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта	12	1. Наблюдение и оценка видов работ. 2. Оценка оформления дневника практики.
2.	Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта.	12	1. Наблюдение и оценка видов работ. 2. Оценка оформления дневника практики.
3.	Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.	12	1. Наблюдение и оценка видов работ. 2. Оценка оформления дневника практики.
4.	Анализ поисковой выдачи.	12	1. Наблюдение и оценка видов работ. 2. Оценка оформления дневника практики.
5.	Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи	12	1. Наблюдение и оценка видов работ. 2. Оценка оформления дневника практики.
6.	Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	12	1. Наблюдение и оценка видов работ. 2. Оценка оформления дневника практики.

7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся на учебной практике

Контрольные вопросы для проведения текущей аттестации по разделам (этапам) практики, осваиваемым обучающим 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 сообщающего 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

8. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики) является: дифференцированный зачет

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной 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 (сайт гильдии маркетологов).
7. www.btlregion.ru (всё о BTL).
8. <http://marketing.rbc.ru/> (исследования РБК).

10. Материально-техническое обеспечение учебной практики

Оборудование лаборатории «Предпринимательства и интернет-маркетинга»:

I Специализированная мебель и системы хранения

Основное оборудование

1. Стол аудиторный
2. Стол преподавателя
3. Стол компьютерный
4. Стул офисный
5. Кресло оператора без подлокотников

Дополнительное оборудование

1. Доска магнитно-меловая

II Технические средства

Основное оборудование

1. Автоматизированное рабочее место преподавателя
2. Проектор настольный короткофокусный
3. Интерактивная панель LED
4. Автоматизированное рабочее место обучающегося
5. Подключение к проводному интернету.
6. МФУ цветное лазерное
7. Флипчарты

III Демонстрационные учебно-наглядные пособия

Основное оборудование

1. Комплект учебного наглядного материала по всем темам программы
2. Комплекты для индивидуальной и групповой работы по основным темам программы

Дополнительное оборудование

1. Комплект демонстрационного оборудования (макеты, манекены) по всем темам программы
2. Тренировочные комплексы