

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 30.10.2023 г.

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac3da143f415362ffaf0ee37e73fa19

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 ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Организация и осуществление интернет-маркетинга



Курск 2023

Рабочая программа профессионального модуля 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».

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	17
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕС- СИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	19

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее рабочая программа) - является частью рабочей программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО **38.02.08 Торговое дело** по программе базовой подготовки 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»

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области торговли, общественного питания и сферы услуг. 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 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.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего 278 часов, в том числе:

- учебной нагрузки обучающегося с преподавателем 238 часов;
- самостоятельной работы обучающегося 16 часов;
- учебной практики 72 часа;
- производственной практики 72 часа;
- промежуточная аттестация 12 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:

- 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

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля Организация и осуществление интернет-маркетинга

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6	Раздел 1. Технология интернет-маркетинга	122*	94	42**	-	16	-	-	-
ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6	Учебная практика	72						72	-
ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6	Производственная практика	72						-	72
	Всего:	278**	94	42**	-	16	-	72	72

122* - в том числе 12 часов промежуточная аттестация

42** - в том числе 28 часов практической подготовки;

278** - в том числе - 12 часов – экзамен по модулю

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ. 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся,		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
МДК 03.01. Технология интернет-маркетинга			94	
ПМ. 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга			278	
Тема 1. Определение и характеристики интернет-маркетинга	Содержание		4	
	1	Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу. Основные клиенты интернет-маркетинга. Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей.	2	2
	2	Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы	2	2
Тема 2. Инновации в маркетинге	Содержание		4	
	1	Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности. Новые решения для рекламы: Digital Signage, Indoor TV. Информационные системы управления опытом потребителей	2	2
	Практические занятия		2	

	1	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	2	3
Тема 3. Анализ готовности веб-сайта к продвижению	Содержание		12	
	1	Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности. Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов,	2	2
	2	Основы письменной деловой коммуникации использования инструментов для проведения технического аудита. Правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации.	2	2
	3	Основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. Способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта	2	2
	Практические занятия		6	
	1	Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование	2	3
	2	Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов	2	3
	3	Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины	2	3
Тема 4. Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информа-	Содержание		16	
	1	Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов.	2	2

ции в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	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.	2	2
	3	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-рейтинга.	2	2
	Практические занятия		10	
	1	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	Анализ практических ситуаций по составлению списка ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин	2	3
	3	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.	2	3
	4	Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, проведение анализа проектов.	2	3
	5	Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа	2	3
	Тема 5. Разработка стратегии проведения контекстно-медийной		16	
	1	Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения. Концепция продвижения, цели и задачи	2	2

и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет»		продвижения.		
	2	Целевая аудитория, модели поведения аудитории и методы влияния на нее	2	2
	3	Понятие «социальная сеть», общие принципы работы виртуальных социальных сетей.	2	2
	4	SMM-стратегия, методы измерения эффективности, методы создания контента. Стратегия продаж через «блогосферу»	2	2
	5	Понятие и значение контент-плана в интернет-маркетинге. Виды контент-планов. Содержание контент-плана	2	2
	Практические занятия		6	
	1	Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях	2	3
	2	Составление рубрикатора с предоставлением не менее трех тем для каждой рубрики, определение форматов постов и описания требований к ним	2	3
	3	Разработка примеров для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление. Разработка контент-плана для коммерческого предприятия	2	3
Тема 6. Организация и проведение рекламных кампаний в социальных медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество	Содержание		16	
	1	Перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет»	2	2
	2	Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа	2	2
	3	Характеристика социальных медиа	2	2
	4	Анализ рекламных модулей.	2	2
	5	Анализ уникальных торговых предложений и рекламных	2	2

		рассылок		
	Практические занятия		6	
	1	Разработка уникальных торговых предложений.	2	3
	2	Разработка рекламных модулей. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара	2	3
	3	Разработка стратегии продвижения товара.	2	3
Тема 7. Создание лендинга	Содержание		8	
	1	Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования, структура.	2	2
	2	Конструкторы для создания «landing page».	2	2
	Практические занятия		4	
	1	Разработка лендинга для коммерческого предприятия	2	3
	2	Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет»	2	3
Тема 8. Анализ эффективности в интернет-маркетинге	Содержание		20	
	1	Концепции эффективности в интернет-маркетинге.	2	
	2	Методы измерения в интернете.	2	2
	3	Методы идентификации посетителей.	2	2
	4	Измерение эффективности интернет-маркетинга.	2	2
	5	Анализ рекламной компании по стоимости клиентов и конверсии.	2	2
	Практические занятия		8	
	1	Анализ результатов маркетинговой активности.	2	3
	2	Анализ производных данных о пользователе.	2	3
	3	Расчет стоимости рекламной кампании.	2	3
	4	Анализ принципов медиапланирования в интернете	2	3
Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 03. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, темам учебных пособий, составленным преподавателем).			16	

Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.		
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы 1. Написание рефератов по темам дисциплины. 2. Разработка тестов, кроссвордов по темам междисциплинарного курса		
Промежуточная аттестация	12	
Учебная практика Виды работ 1. Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта. 2. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта. 3. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта. 4. Анализ поисковой выдачи. 5. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи. 6. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	72	
Производственная практика Виды работ 1. Определение стратегии поискового продвижения. 2. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении. 3. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем. 4. Определение стратегии продвижения в социальных сетях. 5. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». 6. Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». 7. Разработка лендинга. 8. Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы.	72	

9. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании.		
10. Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.		
Экзамен по модулю	12	
Всего	126	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие лаборатории «Предпринимательства и интернет-маркетинга».

Оборудование лаборатории:

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

Реализация программы модуля предполагает обязательную учебную и производственную практики.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

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).

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля **Организация и осуществление интернет-маркетинга** является освоение учебной и производственной практик для получения профессиональных навыков в рамках профессионального модуля.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических работников, обеспечивающих обучение по профессиональному модулю: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля **Организация и осуществление интернет-маркетинга**.

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

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1	– 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;	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

	– использует инструменты для проведения технического аудита	организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике. 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
ПК 3.2	– 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	
ПК 3.3	– определяет маркетинговые стратегии;	

	– составляет SMM-стратегии; – составляет контент-планы; – создает стратегии продвижения; – проводит сегментацию целевой аудитории для разных задач и продуктов	профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.
ПК 3.4	– 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 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.
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.	
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)	
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 тех-	

	нологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	
ОК 03	– планирует и реализует собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере; – использует знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	
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 07	– – Содействует сохранению окружающей среды, ресурсосбережению; – применяет знания об изменении климата, принципы бережливого производства; – эффективно действует в чрезвычайных ситуациях	
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 связанные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.	
--	---	--