

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

**КРАЕВОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«КРАСНОЯРСКИЙ КОЛЛЕДЖ ОТРАСЛЕВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»**

РАССМОТРЕНО

методической комиссией
протокол № 10 от 20.06.2025 г.

УТВЕРЖДЕНО

Директор КГБПОУ «Красноярский колледж
отраслевых технологий и предпринимательства»
_____/Н. В. Журова/
Приказ № 01-61-1П от 30.06.2025 г.

**ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ
СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

38.02.08 Торговое дело

на базе основного общего образования

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга

СОГЛАСОВАНО

Зам. директора по УР

_____/_____/_____
«___»_____ 2025 г.

Красноярск, 2025

РАССМОТРЕНО

на педагогическом совете

протокол № _____

от «___» _____ 20__ г.

СОГЛАСОВАНО

(место работы)

(занимаемая должность)

(инициалы, фамилия)

Рабочая программа (далее – программа) профессионального модуля ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Минпросвещения России от 19.07.2023 № 548 по специальности среднего профессионального образования 38.02.08 Торговое дело, в соответствии с профессиональным стандартом 06.029 Менеджер по продажам информационно-коммуникационных систем (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 29.09.2020 № 679н), в соответствии с профессиональным стандартом 06.043 Специалист по интернет-маркетингу (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.02.2019 № 95н).

Организация-разработчик: КГАПОУ «ККОТиП»

Разработчики: Глухов Станислав Юрьевич, преподаватель КГАПОУ «ККОТиП»

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 ПМ.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело, входящей в состав укрупненной группы 38 Экономика и управление.

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области Организация и осуществление интернет-маркетинга при наличии среднего общего образования. Опыт работы не требуется.

1.2. Место в структуре основной профессиональной образовательной программы: входит в Профессиональный цикл

1.3. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

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

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 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 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 06.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК 07.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
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.

Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД	Организация и осуществление интернет-маркетинга
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.	Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки.
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".

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	Н_{3.1} проведения технического анализа аудируемого веб-сайта; Н_{3.2} проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта; Н_{3.3} проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта. Н_{3.4} анализа поисковой выдачи; Н_{3.5} анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи; Н_{3.6} анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет"; Н_{3.7} определения стратегии поискового продвижения; Н_{3.8} проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении; Н_{3.9} анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем. Н_{3.10} определения стратегии продвижения в социальных сетях Н_{3.11} оформления заявочных и платежных документов участников торгово-промышленной выставки; Н_{3.12} размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет»; Н_{3.13} размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет». Н_{3.14} разработки лендинга. Н_{3.15} анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы; Н_{3.16} анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании; Н_{3.17} составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.
Уметь	У_{3.1} выявлять технические ошибки в работе веб-сайта; У_{3.2} документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта; У_{3.3} формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити); У_{3.4} выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов; У_{3.5} выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины; У_{3.6} использовать инструменты для проведения технического аудита.

	У_{3.7} определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче; У_{3.8} составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи; У_{3.9} актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет"; У_{3.10} анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины; У_{3.11} составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; У_{3.12} анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта; У_{3.13} анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию. У_{3.14} определять маркетинговые стратегии; У_{3.15} составлять smm-стратегии; У_{3.16} составлять контент-планы; У_{3.17} создавать стратегии продвижения; У_{3.18} сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; У_{3.19} оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки; У_{3.20} разрабатывать уникальные торговые предложения; У_{3.21} разрабатывать рекламные модули; У_{3.22} создавать стратегии продвижения; У_{3.23} сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; У_{3.24} обосновывать выбор целевой аудитории; У_{3.25} создавать тексты и рекламные слоганы. У_{3.26} создания текстов для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций; У_{3.27} различать виды текстов; У_{3.28} рассчитать бюджет на создание лендинга; У_{3.29} писать технические задания на создание лендинга для сторонних организаций; У_{3.30} определять СТА для лендингов; У_{3.31} работать с бесплатными сервисами создания лендингов; У_{3.32} создавать уникального торгового предложения для определенных задач; У_{3.33} работать с сервисами рассылок. У_{3.34} составлять информационно-аналитические справки; У_{3.35} оформлять отчетные документы.
Знать	З_{3.1} основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов; З_{3.2} основы веб-технологии; З_{3.3} основы веб-дизайна; З_{3.4} основы компьютерной грамотности; З_{3.5} методы обработки текстовой информации; З_{3.6} правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов; З_{3.7} основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для З_{3.8} проведения технического аудита; З_{3.9} правил составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации; З_{3.10} основ оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; З_{3.11} способов корректировки внутренних ошибок веб-сайта; З_{3.12} особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; З_{3.13} особенности функционирования современных поисковых машин;

	З3.14 правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта. З3.15 внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок; З3.16 особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; З3.17 правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний; З3.18 стандартов делового общения в письменной и устной форме; З3.19 особенностей функционирования современных поисковых машин; З3.20 правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта; З3.21 правил формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы); З3.22 методов обработки текстовой и графической информации; З3.23 основ копирайтинга и веб-райтинга. З3.24 основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна; З3.25 правил реферирования, аннотирования и редактирования текстов; З3.26 правила оформления заявочных и платежных документов участников торгово-промышленной выставки. З3.27 перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети Интернет; З3.28 особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа. З3.29 основ разработки и поддержки сайтов/лендингов; З3.30 основ гипертекстовой разметки; З3.31 стандартов верстки веб-сайтов; З3.32 принципиальных отличий лендингов от сайтов; З3.33 сервисов для автоматизации рассылок. З3.34 методов обработки текстовой информации и графической информации.
--	---

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов – **288**

в том числе в форме практической подготовки – **154**

Из них на освоение МДК – **216**

практики, в том числе

учебная – **36**

производственная – **36**

Промежуточная аттестация – **ДЗ**

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональн ых общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, ч	В т.ч. в форме практической . подготовки,	Объем профессионального модуля, ч					
				Обучение по МДК				Практики	
				Всего	В том числе				
					лабораторных и практических занятий	самостоятел ьная работа	промежуточн ая аттестация	Учебн ая	Производствен ная
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 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	Раздел 1. МДК.03.01 Технология интернет-маркетинга	216	216	216	154		ДЗ	36	36
	Учебная практика	36	-	-	-	-		-	-
	Производственная практика	36	-	-	-	-		-	-
	Всего:	288	216	216				36	36

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля ПМ.03 организация и осуществление интернет-маркетинга

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	Коды компетенций формирования которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Технология интернет-маркетинга		216	
МДК.03.01 Технология интернет-маркетинга		216	
Тема 1.1. Основы маркетинга	Содержание	8	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.4, ПК 3.5, ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09
	1. Процесс управления маркетингом. (сегментирование рынка, позиционирование товара на рынке, организация службы маркетинга)	2	
	2. Маркетинговая среда (Основные факторы микросреды функционирования фирмы. Основные факторы макросреды функционирования фирмы.)	2	
	3. Жизненный цикл товаров	2	
	4. Продвижение товаров	2	
Тема 1.2. Определение и характеристики интернет-маркетинга	Содержание	4	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.4, ПК 3.5, ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09
	1. Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу.	1	
	2. Основные клиенты интернет-маркетинга. Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей	2	
	3. Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы	1	
Тема 1.3. Инновации в маркетинге	Содержание	8	ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.6, ОК 01, ОК 04, ОК 05, ОК 08,
	1. Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности	2	
	2. Новые решения для рекламы: Digital Signage, Indoor TV. Информационные системы управления опытом потребителей	2	
	В том числе практических занятий	4	
	Практическое занятие 1. Разработка форм опроса для сайта произвольной компании с целью определения отношения клиентов к ее товарам (услугам) с использованием цифровых технологий и электронной почты клиента	2	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3
	Практическое занятие 2. 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	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3

Тема 1.4. Целевая аудитория проекта в интернет- маркетинге	Содержание	6	ПК 3.3, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09
	1. Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа.	2	
	2. Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта.	2	
	В том числе практических занятий	2	
	Практическое занятие 3. 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	4	ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4,
Тема 1.5. Анализ готовности веб-сайта к продвижению	Содержание	16	ПК 3.3, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09
	1. Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности	2	
	2. Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов, основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита	2	
	3. Правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации. Основ оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. Способов корректировки внутренних ошибок веб-сайта	2	
	В том числе практических занятий	10	
	Практическое занятие 4. Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование	2	ПК 3.1, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	Практическое занятие 5. Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити)	2	ПК 3.1, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	Практическое занятие 6. Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов	2	ПК 3.1, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	Практическое занятие 7. Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины	2	ПК 3.1, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	Практическое занятие 8. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита	2	ПК 3.1, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
Тема 1.6. Анализ интернет- пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-	Содержание	24	ПК 3.1, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08
	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. 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	
	3. Анализ правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта, правил	2	

телекоммуникационной сети «Интернет»	формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы), методов обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и веб-райтинга.		
	В том числе практических занятий	18	
	Практическое занятие 9. Анализ практических ситуаций на определение факторов, влияющих на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче. Составление списка ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи.	2	ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	Практическое занятие 10. Анализ практических ситуаций на актуализацию информации о поведении пользователей веб-сайтов и заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», анализ собранной информации и принятие решения о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины.	2	ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	Практическое занятие 11. Анализ практических ситуаций по составлению списка ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин	2	ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	Практическое занятие 12. Анализ релевантности составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта, анализ списка ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию	2	ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	Практическое занятие 13. Создание информационных материалов методического характера	2	ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	Практическое занятие 14. Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем	2	ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	Практическое занятие 15. 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	ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	Практическое занятие 16. Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, проведение анализа проектов.	2	ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
Тема 1.7. Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет»	Практическое занятие 17. Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа	2	ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	Содержание	17	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.6, ОК 01, ОК 05, ОК 08, ОК 09
	1. Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения. Концепция продвижения, цели и задачи продвижения. Целевая аудитория, модели поведения аудитории и методы влияния на нее	3	
	2. Понятие «социальная сеть», общие принципы работы виртуальных социальных сетей. SMM-стратегия, методы измерения эффективности, методы создания контента. Стратегия продаж через «блогосферу»	3	
	3. Понятие и значение контент-плана в интернет-маркетинге. Виды контент-планов. Содержание контент-плана	3	
	В том числе практических занятий	8	
	Практическое занятие 18. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях	2	ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5

	Практическое занятие 19. Составление рубрикатора с предоставлением не менее трех тем для каждой рубрики, определение форматов постов и описания требований к ним	2	ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5
	Практическое занятие 20. Разработка примеров для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление	2	ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5
	Практическое занятие 21. Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия	2	ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5
Тема 1.8 Организация и проведение рекламных кампаний в социальных медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество	Содержание	17	ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 08, ОК 09
	1. Изучение перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет»	3	
	2. Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа	3	
	3. Анализ рекламных модулей, уникальных торговых предложений, рассылок	3	
	В том числе практических занятий	8	
	Практическое занятие 22. Разработка уникальных торговых предложений.	2	ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	Практическое занятие 23. Разработка рекламных модулей.	2	ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	Практическое занятие 24. Разработка стратегии продвижения товара.	2	ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
Тема 1.9. Создание лендинга	Содержание	12	ПК 3.1, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05,
	1. Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования, структура.	3	
	2. Конструкторы для создания «landing page».	3	
	3. Разработка идей итогового зачетного проекта.	2	
	В том числе практических занятий	4	
	Практическое занятие 26. Разработка лендинга для коммерческого предприятия	2	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	Практическое занятие 27. Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет»	2	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
Учебная практика Виды работ 1. Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта. 2. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта. 3. Проведение полного аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта 4. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.		36	

5. Анализ поисковой выдачи.		
6. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи.		
7. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»		
Производственная 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» 7. Определение стратегии поискового продвижения. 8. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении. 9. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем. 10. Определение стратегии продвижения в социальных сетях. 11. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». 12. Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». 13. Разработка лендинга. 14. Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы. 15. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании. Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.	36	
Промежуточная аттестация	<i>ДЗ</i>	
Консультации	<i>15</i>	
Всего	303	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы профессионального модуля осуществляется в учебном кабинете:
«Лаборатория «Предпринимательства и интернет-маркетинга»»

Дополнительное оборудование

Доска магнитно-меловая

Основное оборудование

Стол аудиторный,

Автоматизированное рабочее место преподавателя,

Проектор настольный короткофокусный

Интерактивная панель LED

Автоматизированное рабочее место обучающегося

Подключение к проводному интернету

МФУ цветное лазерное,

Флипчарт

Демонстрационные учебно-наглядные пособия

Основное оборудование

Комплект учебного наглядного материала по всем темам программы,

Комплекты для индивидуальной и групповой работы по основным темам программы

Дополнительное оборудование

Комплект демонстрационного оборудования (макеты, манекены) по всем темам программы,

Тренировочные комплексы

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Печатные издания:

1. Интернет-маркетинг: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.]. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт. — 2022. — 301 с. — (Профессиональное образование).

Электронные издания (электронные ресурсы):

1. 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>

2. 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.

Дополнительные источники:

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

3.3. Кадровое обеспечение реализации программы

Требования к квалификации педагогических кадров

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками образовательной организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на условиях гражданско-правового договора, в том числе из числа руководителей и работников организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности 08 Финансы и экономика; 33 Сервис, оказание услуг населению

(торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и прочее) (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет).

Квалификация педагогических работников образовательной организации должна отвечать квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

Педагогические работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, имеют дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности 08 Финансы и экономика; 33 Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и прочее) не реже 1 раза в 3 года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.

Реализацию программы профессионального модуля ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга обеспечивает: Глухов Станислав Юрьевич, преподаватель.

Образование:

НВУЗ АНО «Региональный финансово-экономический институт», по специальности: «Менеджмент организации»

Лесосибирский педагогический институт филиал «Красноярского государственного университета», по специальности «Математика»

Дополнительное профессиональное образование (переподготовка)

2004 г. Дополнительное образование, Лесосибирский педагогический институт филиал «Красноярского государственного университета», по программе «Информатика»,

2023 г. - Прошел проверку знаний требований охраны труда по программе обучения оказанию первой помощи пострадавшего, Протокол № 15, ККОТиП.

2023 г.- Прошел проверку знаний требований охраны труда по программе обучения по общим вопросам охраны труда и функционирования системы управления охраной труда, Протокол № 15, ККОТиП.

2023 г. - ККОТиП, «Организация образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов в профессиональных образовательных организациях с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий».

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1. Определять готовность веб-сайта к продвижению	выявляет технические ошибки в работе веб-сайта; документирует выявленные ошибки в работе веб-сайта; формулирует предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити); выявляет технические преимущества веб-сайтов конкурентов; выявляет особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины; использует инструменты для проведения технического аудита	Устный / письменный опрос. Тестирование. Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.
ПК 3.2. Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	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	Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий. Экспертная оценка контрольных / проверочных работ. Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.
ПК.3.3. Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки	определяет маркетинговые стратегии; составляет SMM-стратегии; составляет контент-планы; создает стратегии продвижения; проводит сегментацию целевой аудитории для разных задач и продуктов	
ПК 3.4. Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество;	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 использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных

ПК 3.5. Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика	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.	олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях. Экспертная оценка создания и представления презентаций.
ПК 3.6. Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	составляет информационно-аналитические справки; оформляет отчетные документы.	Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	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 коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	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.	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.
ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды; в ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения
ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации	грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами,	

с учетом особенностей социального и культурного контекста	демонстрирует толерантность в рабочем коллективе	образовательной программы:
ОК 08 Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	применяет рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности; пользуется средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной профессии (специальности)	– 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 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	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.	