Изображение выглядит как текст, письмо, Шрифт, документ

Содержимое, созданное искусственным интеллектом, может быть неверным.

Настоящая рабочая программа по специальности среднего профессионального образования (далее – ПОП СПО) разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного Приказом Минпросвещения России от 19 июля 2023 г. №548

**Разработчик: Попова А.В.**, преподаватель ГАПОУ СО «Красноуфимский аграрный колледж»

**Паспорт программы производственной практики**

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

* 1. **Область применения программы производственной практики**

Рабочая программа производственной практики ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга предназначена для

реализации требований Федерального государственного образовательного стандарта и является частью образовательной программы среднего профессионального образования–программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.08 Торговое дело в части освоения вида профессиональной деятельности: **Организация и осуществление интернет- маркетинга** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК).

Рабочая программа производственной практики учитывает требования

в совокупности требований к среднему профессиональному образованию в части освоения основного вида профессиональной деятельности: **Организация и осуществление интернет-маркетинга** и соответствующих профессиональных компетенций. Рабочая программа профессионального модуля может быть использована для базовой подготовки обучающихся

по профессии укрупненной группы 38.00.00 Экономика и управление.

**1.2. Место производственной практики в структуре основной профессиональной образовательной программы:** производственная практика входит в обязательную часть профессионального цикла ОПОП ППССЗ СПО.

* 1. **Цель и планируемые результаты освоения производственной практики**

В результате производственной практики студент должен освоить вид профессиональной деятельности **Организация и осуществление интернет-маркетинга** и соответствующие ему профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

|  |  |
| --- | --- |
| Код | Наименование общих компетенций |
| **ОК 01** | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам |
| **ОК 02** | Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности |
| **ОК 04** | Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде |
| **ОК 05** | Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста |
| **ОК 08** | Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности |
| **ОК 09** | Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках |

**1.1.2. Перечень профессиональных компетенций**

|  |  |
| --- | --- |
| Код | Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций |
| **ВД 3**  **н.4.** | Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору) |
| **ПК 3.1** | Определять готовность веб-сайта к продвижению |
| **ПК 3.2** | Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет» |
| **ПК 3.3** | Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети |
| **ПК 3.4** | Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество; |
| **ПК 3.5** | Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика |
| **ПК 3.6** | Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» |

**1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:**

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

**1.2. Количество часов, отводимое на производственную практику**

Всего часов 36,

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

**ПМ.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА**

* 1. **Тематический план и содержание учебной практики**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ***Коды профессиональных компетенций*** | ***Наименования видов практики и ее разделов (этапов)*** | ***Всего часов*** | ***Уровень освоения*** |
| ПК 3.1-3.6 | Организация и осуществление интернет-маркетинга | *1 нед. \ 36 час.* | *3* |
|  | *Дифференцированный зачет* | *2* |  |
|  | ***Всего:*** | ***36*** |  |

# 2. Содержание производственной практики *ПМ 03* ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование профессионального модуля (ПМ), вида профессиональной деятельности, профессиональных компетенций,** | **Виды выполняемых работ** | | **Объем часов** | **Коды компетенций** |
| **1** | **2** | | **3** | **4** |
| **ПМ 03. ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА** | | | 36 |  |
| **ВПД ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА** | | |  |
| **Ознакомление с предприятием.**  **Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.** | **Содержание** | |  |
| 1 | **Ознакомление с предприятием.**  **Инструктаж по охране труда.**  **Сбор сведений о предприятии для написания характеристики предприятия**. | 2 |  |
| ПК 3.1.-3.6. |
| **Содержание** | |  |  |
| 2 | **Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.**  **Определение стратегии продвижения предприятия в он-лайн пространстве** | 4 | ПК 3.1.-3.6. |
| **Анализ веб-сайтов предприятия** | **Содержание** | |  |  |
| 1 | **Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта.**  **Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта.**  **Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.**  **Анализ поисковой выдачи.** | 6 | ПК 3.1.-3.6. |
| **Содержание** | |  |  |
| **Анализ размещения предприятием текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»** | 1 | **Анализ размещения предприятием текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»** | 6 | ПК 3.1.-3.6. |
| **Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании.** | **Содержание** | |  |  |
| 1 | **Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании.** | 6 | ПК 3.1.-3.6. |
| **Разработка лендинга для предприятия** | **Содержание** | |  |  |
| 1 | **Разработка лендинга для предприятия** | 6 | ПК 3.1.-3.6. |
| **Выводы и рекомендации.**  **Составление отчета по результатам практики** | **Содержание** | |  |  |
| 1 | **Оформление отчета** | 6 | ПК 3.1.-3.6. |

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

**3.1. Для реализации программы производственной практики по профессиональному модулю должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:**

Лаборатория«Предпринимательства и интернет – маркетинга»*,* оснащенная в соответствии с п. 6.1.2.3 примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2.5 примерной образовательной программы по специальности.

**3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

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

**3.2.1. Основные печатные и электронные издания**

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.

**3.2.2. 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.

**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ   
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **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; * использует инструменты для проведения технического аудита | Отчет по практике  Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.  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 3.2 | * 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 |
| 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 |
| 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 торгвое 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 технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач. |
| ОК 04 | * демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды; * в ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ |
| ОК 05 | * грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствие с установленными правилами, * демонстрирует толерантность в рабочем коллективе |
| ОК 08 | * применяет рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности; * пользуется средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной профессии (специальности) |
| ОК 09 | * понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы; * участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; * строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; * кратко обосновывает и объясняет свои действия; * пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы. |