

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»

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** |  |
| 1. **СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** 2. **УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** |  |
| 1. **КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** |  |

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

**1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля**

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности «Организация и осуществление интернет-маркетинга» и соответствующие ему общие компетенции и 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 освоение профессионального модуля**

Всего часов 288,

в том числе в форме практической подготовки 224 часа.

Из них на освоение МДК 216 часов,

в том числе самостоятельная работа – 2 часа,

практики – 108 часов, в том числе производственная 36 часов,

курсовая работа – 20 часов,

Промежуточная аттестация *-экзамен квалификационный*

**2. Структура и содержание профессионального модуля**

**2.1. Структура профессионального модуля**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Коды профессиональных общих компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Всего, час. | В т.ч. в форме практической. подготовки | Объем профессионального модуля, ак. час. | | | | | | | | | |
| Обучение по МДК | | | | | | | | Практики | |
| Всего | В том числе | | | | | | |
| Тео  рети  ческие | Лабораторных. и практических. занятий | Курсовых работ (проектов) | Самостоятельная работа | Промежуточная аттестация | | Учебная | | Производственная |
| *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* | *9* | *10* | | *11* | | *12* |
| ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02,  ОК 04, ОК 05,  ОК 08, ОК 09 | Раздел 1. Технология интернет-маркетинга | **224** | **152** | 224 | 38 | 152 | 26  (20 -курс.р.,  6-проверка) | 2 | 6 | | **-** | | **-** |
|  | Учебная практика | **72** | **72** |  |  |  |  |  |  | | **72** | |  |
|  | Производственная практика | **36** | *36* |  |  |  |  | | | | | | 36 |
|  | Промежуточная аттестация | **-** |  |  |  |  |  | | | | | |  |
|  | ***Всего:*** | **332** | **260** | **224** | **38** | **152** | **26** | **2** | **6** | **72** | | | **36** |

**2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **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 / в том числе в форме практической подготовки, акад ч** | **Коды компетенций и личностных результатов[[1]](#footnote-1), формированию которых способствует элемент программы** |
| ***1*** | ***2*** | | ***3*** |  |
| **Раздел 1. Технология интернет-маркетинга** | | | **332/224** |  |
| **МДКн.05.01 Технология интернет-маркетинга** | | | **224/152** |  |
| **Тема 1.1.**  **Определение и характеристики интернет-маркетинга** | **Содержание** | | **4/2** |  |
| **1.** Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу. | | *2*  *2* |  |
| **2.** Основные клиенты интернет-маркетинга. | |
| **3.** Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей | |
| **4.** Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы | |
| **Практическое занятие 1.**  Выбор темы проекта. | |
| **Тема 1.2.**  **Инновации в маркетинге** | **Содержание** | | **10/8** |  |
| **1.** Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности | | *2* |  |
| 1. **2.** Новые решения для рекламы: Digital Signage, Indoor TV. | |
| 1. **3.** Информационные системы управления опытом потребителей | |
| **В том числе практических занятий** | | ***8*** |  |
| **Практическое занятие 2.** Разработка форм опроса для сайта произвольной компании с целью определения отношения клиентов к ее товарам (услугам) с использованием цифровых технологий и электронной почты клиента | | *4* |  |
| **Практическое занятие 3.** 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. | | *4* |
| **Тема 1.3**  **Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге** | **Содержание** | | **12/10** |  |
| **1.** Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа. | | **2** |  |
| **2.** Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта. | |  |
| **В том числе практических занятий** | | ***10*** |  |
| **Практическое занятие 4.** Анализ модели AIDA | | *2* |  |
| **Практическое занятие 5.** Анализ и построение пользовательского пути покупателя | | *2* |  |
| **Практическое занятие 6.** 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 | | *6* |  |
| **Тема 1.4.**  **Анализ готовности веб-сайта к продвижению** | **Содержание** | | **24/20** |  |
| **1.** Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности | | *4* |  |
| **2.** **2.** Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов, | |  |
| **3**. **3.** Основы письменной деловой коммуникации использования инструментов для проведения технического аудита | |  |
| **4.** Правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации. | |  |
| **5.** Основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. Способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта | |  |
| **В том числе практических занятий** | | ***20*** |  |
| **Практическое занятие 7.** Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование | | *4* |  |
| **Практическое занятие 8.** Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити) | | *4* |  |
| **Практическое занятие 9.** Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов | | *4* |  |
| **Практическое занятие 10.** Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины | | *4* |  |
| **Практическое занятие 11.** Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита | | *4* |  |
| **Тема 1.5.**  **Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»** | **Содержание** | | **42/36** |  |
| 1. Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов. | | *6* |  |
| 1. Организация правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний, стандартов делового общения в письменной и устной форме, особенностей функционирования современных поисковых машин. | |  |
| 1. Анализ правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта. | |  |
| 1. Правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы). | |  |
| 1. Методы обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и веб-райтинга. | |  |
| **В том числе практических занятий** | | ***36*** |  |
| **Практическое занятие 12.** Анализ практических ситуаций на определение факторов, влияющих на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче. Составление списка ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи. | | *4* |  |
| **Практическое занятие 13.** 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. | | *4* |  |
| **Практическое занятие 14.** Анализ практических ситуаций по составлению списка ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин | | *4* |  |
| **Практическое занятие 15.** Анализ релевантности составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта, анализ списка ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию | | *4* |  |
| **Практическое занятие 16.**  Создание информационных материалов методического характера | | *4* |  |
| **Практическое занятие 17.** Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем | | *4* |  |
| **Практическое занятие 18.** 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. | | *4* |  |
| **Практическое занятие 19.** Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, проведение анализа проектов. | | *4* |  |
| **Практическое занятие 20.** Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа | | *4* |  |
| **Тема 1.6.**  **Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет»** | **Содержание** | | **34/24** |  |
| **1.** Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения. Концепция продвижения, цели и задачи продвижения. | | *10* |  |
| **2.** Целевая аудитория, модели поведения аудитории и методы влияния на нее | |  |
| **3.** Понятие «социальная сеть», общие принципы работы виртуальных социальных сетей. | |  |
| **4.** SMM-стратегия, методы измерения эффективности, методы создания контента. | |  |
| **5.** Стратегия продаж через «блогосферу». | |  |
| **6.** Понятие и значение контент-плана в интернет-маркетинге. Виды контент-планов. | |  |
| **7.** Содержание контент-плана | |  |
| **В том числе практических занятий** | | ***24*** |  |
| **Практическое занятие 21**. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях | | *4* |  |
| **Практическое занятие 22.** Составление рубрикатора с предоставлением не менее трех тем для каждой рубрики, определение форматов постов и описания требований к ним | | *4* |  |
| **Практическое занятие 23.** Разработка примеров для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление | | *4* |  |
| **Практическое занятие 24.** Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия | | *4* |  |
| **Практическое занятие 25.** Разработка и анализ контент-плана для производственного предприятия | | *4* |  |
| **Практическое занятие 26.** Разработка и анализ контент-плана для образовательного учреждения | | *4* |  |
| **Тема 1.8**  **Организация и проведение рекламных кампании в социальных медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество** | **Содержание** | | **20/16** |  |
| **1.** Изучение перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет» | | *4* |  |
| **2.** Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа | |  |
| **3.** Характеристика социальных медиа | |  |
| **4**. Анализ рекламных модулей. | |  |
| **5.** Анализ уникальных торговых предложений и рекламных рассылок | |  |
| **В том числе практических занятий** | | ***16*** |  |
| **Практическое занятие 27.** Разработка уникальных торговых предложений. | | *4* |  |
| **Практическое занятие 28.** Разработкарекламных модулей. | | *4* |  |
| **Практическое занятие 29.** Разработка стратегии продвижения товара. | | *4* |  |
| **Практическое занятие 30.** Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара | | *4* |  |
| **Тема 1.9.**  **Создание лендинга** | **Содержание** | | **20/16** |  |
| **1.** Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования, структура. | | *4* |  |
| **2.** Конструкторы для создания «landing page». | |  |
| **В том числе практических занятий** | | ***16*** |  |
| **Практическое занятие 31.** Разработка лендинга для коммерческого предприятия | | *4* |  |
| **Практическое занятие 32.** Разработка лендинга для производственного предприятия | | *4* |  |
| **Практическое занятие 33.** Разработка лендинга для образовательного учреждения | | *4* |  |
| **Практическое занятие 34.** Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет» | | *4* |  |
| **Тема 1.10.**  **Анализ эффективности в интернет-маркетинге** | **Содержание** | | **24/20** |  |
| 1. Концепции эффективности в интернет-маркетинге. | | *4* |  |
| 1. Методы измерения в интернете. | |  |
| 1. Методы идентификации посетителей. | |  |
| 1. Измерение эффективности интернет-маркетинга. | |  |
| 1. Анализ рекламной компании по стоимости клиентов и конверсии. | |  |
| **В том числе практических занятий** | | **20** |  |
| **Практическое занятие 35.** Анализ технологии меток. | | *4* |  |
| **Практическое занятие 36.** Анализ результатов маркетинговой активности. | | *4*  *4* |  |
| **Практическое занятие 37.** Анализ производных данных о пользователе. | |  |
| **Практическое занятие 38.** Расчет стоимости рекламной кампании. | | *4* |  |
| **Практическое занятие 39.** Анализ принципов медиапланирования в интернете | | *4* |  |
| **Курсовая работа** | | **Написание курсовой работы** | **20** |  |
| **Проверка курсовой работы**  **Экзамен квалификационный** | | **Проверка курсовой работы** | **6**  **6** |  |
| **Учебная практика** | |  | **36** |  |
| **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. 16. Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории. | | | **36** |  |
| **Экзамен по модулю** | | |  |  |
| **Всего** | | | ***332*** |  |

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**3.1. Для реализации программы профессионального модуля 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   
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **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 | 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 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 профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.  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. |

1. В соответствии с Приложением 3 ПООП. [↑](#footnote-ref-1)