

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Лысьвенский филиал федерального государственного автономного образовательного учреждения
высшего образования
«Пермский национальный исследовательский политехнический университет»



УТВЕРЖДАЮ
И.о. директора ЛФ ПНИПУ
М.Е. Жалко
« 27.02.2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ- МАРКЕТИНГА

Форма обучения: очная, заочная

Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование

Образовательная программа: подготовки специалиста среднего звена

Общая трудоёмкость: 460 часов

Специальность: 38.02.08 Торговое дело

Рабочая программа профессионального модуля ПМ 03 Организация и осуществление интернет- маркетинга разработана на основании:

– Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования, утверждённого приказом Министерства Просвещения Российской Федерации «19» июля 2023 № 548 по специальности 38.02.08 Торговое дело;

– Учебного плана очной формы обучения на базе среднего общего образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного « 27 » 02 2026 г.;

– Учебного плана заочной формы обучения на базе среднего общего образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного « 27 » 02 2026 г.;

– Рабочей программы воспитания по специальности по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденной « 27 » 02 2026 г.;

С учетом:

– Примерной основной образовательной программы специальности 38.02.08 Торговое дело, (регистрационный номер 76/2025, реквизиты решения ФУМО о включении ПООП в реестр - Протокол № № 4 от 04.07.2025 г., дата включения ПООП в реестр 13.10.2025).

Разработчик:
преподаватель

Л.А. Стругова

Рецензент:
канд.экон.наук

К.В.Кондратьева

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании предметной (цикловой) комиссии _____ (ПЦК ГЭСД) « 03 » 02 2026 г., протокол № 6.

Председатель ПЦК ГЭСД

Л.А. Стругова

СОГЛАСОВАНО

Начальник УМО

Т.В. Пашкина

Инженер УМО

Т.С. Бородина

Коммерческий директор
АО «Лысьвенский завод
Эмалированной посуды»

Т.А.Янкевич

Начальник отдела по развитию
предпринимательства и торговли
администрации ЛМО

К.А. Аликина

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ. 03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

1.1 Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело.

Квалификация выпускника – Специалист торгового дела

1.2 Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

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

Перечень общих компетенций элементы, которых формируются в рамках ПМ:

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

Перечень профессиональных компетенций элементы, которых формируются в рамках ПМ:

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 3	<i>Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)</i>
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 Интернет
ПК 3.4.	Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество;

ПК 3.6.	Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
---------	---

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

<p>иметь практический опыт в :</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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 продвижения в социальных сетях. - размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет»; - размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет». - 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.
<p>уметь:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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; - определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче; - составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;

	<ul style="list-style-type: none"> - 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 - составлять информационно-аналитические справки; - оформлять отчетные документы.
<p>знать:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - методов обработки текстовой информации и графической информации. - перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети Интернет; - особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа - основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна; - правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов. - внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок;

	<ul style="list-style-type: none"> - особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; - правила составления и критериев 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; - 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.
--	---

1.3 Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов **460 часов**

Из них на освоение МДК.03.01 – **268 часов**;

на практики, в том числе учебную **36** часов
и производственную **144** часа

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ 03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

2.1 Структура профессионального модуля ПМ 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга по очной форме обучения

Коды профессиональных и общих компетенций, личностных результатов	Наименования разделов профессионального модуля	Суммарный объем нагрузки, час.	Объем профессионального модуля, час.									
			Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем								Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация
			Обучение по МДК							Консультации		
			Всего	В том числе								
Лекции	практических занятий	Лабораторных занятий		Курсовых работ (проектов)	Учебная практика	Производственная практика (по профилю)						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
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 09	МДК 03.01 Технология интернет-маркетинга	268	234	64	168	-	-	-	-	2	28	6
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 09	УП 03.01 Учебная практика	36	-	-	-	-	-	36	-	-	-	-
ПК 3.1. ПК 3.2. ПК 3.3. ПК 3.4.	ПП 03.01 Производственная	144	-	-	-	-	-	-	144	-	-	-

ПК 3.5. ПК 3.6 ОК 01, ОК 02 ОК 04, ОК 05, ОК 09	практика (по профилю специальности)											
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 09	ПМ 03. ЭК Экзамен по модулю	12	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12
	ВСЕГО	460	234	64	168	-	-	36	144	2	28	18

Рабочие программы Учебной практики и Производственной практики (по профилю специальности) входят в комплект профессионального модуля на правах отдельного документа

2.2 Объем МДК 03.01. Технология интернет-маркетинга по очной форме обучения

Вид учебной работы	Объем часов
Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем	268
<i>Самостоятельная работа</i>	28
Объем образовательной программы	234
<i>В том числе в форме практической подготовки:</i>	168
в том числе:	
теоретическое обучение (<i>лекции, уроки</i>)	64
лабораторные занятия	-
практические занятия	168
Курсовой проект(работа)	-
контрольная работа	-
Консультации	2
Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена в 6 семестре	6

2.2 Тематический план и содержание профессионального модуля ПМ 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга по очной форме обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Уровень освоения	Объем в часах	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4	5
6 семестр				
МДК 03.01 Технология интернет-маркетинга				
Раздел 1. Технология интернет-маркетинга				
Тема 1.1. Основы маркетинга	Содержание учебного материала:		8	
	В том числе теоретического обучения (лекции, уроки):		4	
	1. Процесс управления маркетингом, основные этапы, проблемы реализации. 2. Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке. 3. Организация службы маркетинга на предприятии. 4. Маркетинговая среда предприятия в рыночной экономике. 5. Основные факторы микросреды функционирования фирмы. 6. Основные факторы макросреды функционирования фирмы. 7. Жизненный цикл товаров: основные стадии. 8. Продвижение товаров и услуг.	2	4	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 09
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		4	
	Практическое занятие 1. Разработка схемы жизненного цикла товаров		2	
Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов лекций, изучение рекомендованной учебной и дополнительной литературы Подготовка отчетов по практическим занятиям	3	2		

Тема 1.2. Определение и характеристики интернет-маркетинга	Содержание учебного материала:		8		
	В том числе теоретического обучения (лекции, уроки):		6		
	1. Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу. 2. Основные клиенты интернет-маркетинга. 3. Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей 4. Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы	2	6	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 09	
	Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов лекций, изучение рекомендованной учебной и дополнительной литературы	3	2		
Тема 1.3. Инновации в маркетинге	Содержание учебного материала:		10		
В том числе теоретического обучения (лекции, уроки):		4			
	1. Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности 2. Новые решения для рекламы: DigitalSignage, IndoorTV. 3. Информационные системы управления опытом потребителей	2	4	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 09	
В том числе практических и лабораторных занятий		6			
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	3	2			
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.		2			
Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов лекций, изучение рекомендованной учебной и дополнительной литературы Подготовка отчетов по практическим занятиям	3	2			
Тема 1.4. Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге	Содержание учебного материала:		30		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,
В том числе теоретического обучения (лекции, уроки):		8			
1. Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа.	2	4			
2. Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории		4			

	проекта.			ОК 09
	В том числе практических и лабораторных занятий		22	
	Практическое занятие 4. Анализ внешней среды предприятия	3	6	
	Практическое занятие 5. Анализ внутренней среды предприятия		6	
	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	
	Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов лекций, изучение рекомендованной учебной и дополнительной литературы Подготовка отчетов по практическим занятиям Подготовка домашней контрольной работы		4	
Тема 1.5. Анализ готовности веб-сайта к продвижению	Содержание учебного материала:		32	
	В том числе теоретического обучения (лекции, уроки):		8	
	Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов, Основы письменной деловой коммуникации использования инструментов 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		8	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 09
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		24	
	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	
	Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов лекций, изучение рекомендованной учебной и дополнительной литературы Подготовка отчетов по практическим занятиям Подготовка домашней контрольной работы		4	
Тема 1.6. Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Содержание учебного материала:		48	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 09
	В том числе теоретического обучения (лекции, уроки):		8	
	Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов. Организация правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний, стандартов делового общения в письменной и устной форме, особенностей функционирования современных поисковых машин. 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-райтинга	2	8	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		40	
	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.	3	4	
	Практическое занятие 13. Анализ практических ситуаций на актуализацию информации о поведении пользователей веб-сайтов и заданной тематики в		4	

	информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», анализ собранной информации и принятие решения о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины.			
	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	
	Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов лекций, изучение рекомендованной учебной и дополнительной литературы Подготовка отчетов по практическим занятиям		4	
Тема 1.7.	Содержание учебного материала:		38	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 09
Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети	В том числе теоретического обучения (лекции, уроки):		6	
	Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения. Концепция продвижения, цели и задачи продвижения. Целевая аудитория, модели поведения аудитории и методы влияния на нее Понятие «социальная сеть», общие принципы работы виртуальных	2	6	

«Интернет»	социальных сетей. SMM-стратегия, методы измерения эффективности, методы создания контента Стратегия продаж через «блогосферу» Понятие и значение контент-плана в интернет-маркетинге. Виды контент-планов.			
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		32	
	Практическое занятие 21. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях	3	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		6	
	Практическое занятие 26. Разработка и анализ контент-плана для образовательного учреждения		6	
	Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов лекций, изучение рекомендованной учебной и дополнительной литературы Подготовка отчетов по практическим занятиям Подготовка домашней контрольной работы		4	
Тема 1.8. Организация и проведение рекламных кампаний в социальных медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество	Содержание учебного материала:		24	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 09
	В том числе теоретического обучения (лекции, уроки):		6	
	Изучение перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет» Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа Характеристика социальных медиа Анализ рекламных модулей. Анализ уникальных торговых предложений и рекламных рассылок	2	6	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		18	

	Практическое занятие 27. Разработка уникальных торговых предложений.	3	4	
	Практическое занятие 28. Разработка рекламных модулей.		4	
	Практическое занятие 29. Разработка стратегии продвижения товара.		4	
	Практическое занятие 30. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара		4	
	Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов лекций, изучение рекомендованной учебной и дополнительной литературы Подготовка отчетов по практическим занятиям		2	
Тема 1.9. Создание лендинга	Содержание учебного материала:		24	ПК 2.1 ПК 2.2, ПК.2.3 ПК.2.4 ПК.2.5 ПК .2.6 ПК 2.7 ПК 2.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	В том числе теоретического обучения (лекции, уроки):		6	
	1. Понятие «landingpage», классификация, этапы проектирования, структура.	2	2	
	2. Конструкторы для создания «landingpage».		4	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		18	
	Практическое занятие 31. Разработка лендинга для коммерческого предприятия	3	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			
Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов лекций, изучение рекомендованной учебной и дополнительной литературы Подготовка отчетов по практическим занятиям	2			
Тема 1.10. Анализ эффективности	Содержание учебного материала:		38	ПК 3.1. ПК 3.2. ПК 3.3. ПК 3.4.
	В том числе теоретического обучения (лекции, уроки):		8	

в интернет-маркетинге	1.Концепции эффективности в интернет-маркетинге. 2.Методы измерения в интернете. 3.Методы идентификации посетителей. 4.Измерение эффективности интернет-маркетинга. 5. Анализ рекламной компании по стоимости клиентов и конверсии.	2	8	ПК 3.5. ПК 3.6 ОК 01, ОК 02 ОК 04, ОК 05, ОК 09
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		30	
	Практическое занятие 35. Анализ технологии меток.	3	4	
	Практическое занятие 36. Анализ результатов маркетинговой активности.		6	
	Практическое занятие 37. Анализ производных данных о пользователе.		6	
	Практическое занятие 38. Расчет стоимости рекламной кампании.		6	
	Практическое занятие 39. Анализ принципов медиапланирования в интернете		6	
	Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов лекций, изучение рекомендованной учебной и дополнительной литературы Подготовка отчетов по практическим занятиям Подготовка домашней контрольной работы		2	
Всего			260	
Консультации			2	
Промежуточная аттестация			6	
Всего по МДК 03.01			268	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1 *ознакомительный* (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
- 2 *репродуктивный* (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
- 3 *продуктивный* (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ 03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

3.1 Специализированные лаборатории и классы

№ п.п.	Помещения		Количество посадочных мест
	Название	Номер аудитории	
1	<i>Лаборатория информационных технологий в профессиональной деятельности, учебная бухгалтерия</i>	201 А	24+14 ПК
2	<i>Учебная бухгалтерия</i>	201 А	24+14 ПК

3.2 Основное учебное оборудование

№ п\п	Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом	Номер аудитории	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	<i>Лаборатория информационных технологий в профессиональной деятельности, учебная бухгалтерия</i>	<i>201 А</i>	-рабочее место преподавателя; -наглядные пособия (бланки документов, образцы оформления документов и т.п.); -комплект учебно-методической документации; -компьютер с лицензионным программным обеспечением -мультимедиа проектор -экран
2	<i>Учебная бухгалтерия</i>	<i>201 А</i>	– преподавателя; – доска аудиторная для написания мелом; – компьютер с лицензионным программным обеспечением с выходом в Интернет; – мультимедиа проектор; – экран; – комплект учебно-методической документации – наглядные пособия (бланки документов, образцы оформления документов и т.п.) Кассовый аппарат

3.3 Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Печатные издания

Основные источники:

1. Бизнес-планирование: учебник / под ред. Т.Г. Попадюк, В.Я. Горфинкеля. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2021. — 296 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0617-4. - Текст: электронный. - URL:

<https://znanium.com/catalog/product/1247086> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

2. Васильев, Г. А. Маркетинг розничного торгового предприятия: учебное пособие / Г. А. Васильев, А. А. Романов, В. А. Поляков. - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2022. - 159 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0628-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/967468> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

3. Иванов, Г. Г. Экономика торговой организации: учебник / Г.Г. Иванов. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 182 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016902-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1343176> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

Дополнительные источники:

1. Интернет-маркетинг и электронная коммерция : учебное пособие / Е. Е. Жильчик. — БГУИР, 2025. — 252 с. — ISBN 978-985-543-766-7. — Материал доступен в ЭБС «Лань».

2. Современные цифровые и информационные технологии в маркетинге: платформы, экосистемы, бизнес-модели : учебное пособие / Н. В. Абрамчикова, Ю. А. Дуболазова, Я. С. Баянова. — 2026.

3. Деева К. А., Малов Е. А. Интернет-маркетинг : учебно-методическое пособие. — Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2024

Периодические издания:

Не предусмотрены

Электронные ресурсы (электронные издания)

Нормативно-правовая база:

Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (с последующими изменениями и дополнениями) — базовый документ для специалиста по интернет-маркетингу.

Постановление Правительства РФ от 24.07.2025 № 1087 — Утверждены критерии отнесения к рекламе информации, распространяемой на маркетплейсах, сайтах-агрегаторах, в поисковиках и социальных сетях.

Постановление Правительства РФ от 18.09.2025 № 1427 — Обновлен порядок учета интернет-рекламы, устанавливаются правила взаимодействия с Роскомнадзором и конкретизируются данные о рекламных договорах.

Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» (в части регулирования интернет-СМИ).

Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» (регулирует сбор и обработку данных пользователей).

Федеральный закон от 29.06.2015 № 162-ФЗ «О стандартизации в Российской Федерации» (относится к регулированию интернет-рекламы).

Основные источники:

1. Полякова Э. И. Организация и осуществление интернет-маркетинга : учебник / Э. И. Полякова. — Москва : КноРус, 2026. — 219 с. — ISBN 978-5-406-15754-1. — Соответствует ФГОС СПО последнего поколения.

2. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Рекомендован к использованию в учебном процессе Гильдией маркетологов.

3. Твердохлебова М. Д. Интернет-маркетинг : учебник / М. Д. Твердохлебова. — Москва : КноРус, 2025. — 190 с. — ISBN 978-5-406-13783-3. — Соответствует ФГОС СПО последнего поколения.

4. Цифровой маркетинг : учебник для вузов / Е. Б. Кметь, Н. А. Юрченко. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2026. — 128 с. — ISBN 978-5-507-54499-

Дополнительные источники:

Не предусмотрены

Интернет-ресурсы

Портал «Маркетинг и реклама» (Marketing.ru) — Профессиональный портал о маркетинге, рекламе, PR и digital-технологиях.

Исследовательская компания Mediascope — Предоставляет актуальные данные о поведении аудитории в интернете, необходимые для маркетингового анализа.

КонсультантПлюс (www.consultant.ru) и Гарант (base.garant.ru) — Для оперативного поиска актуальной нормативно-правовой базы.

Программное обеспечение

ОС Windows 10

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Программный комплекс – Dr. Web

Браузер Chrome

Консультант Плюс версия Проф

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Справочно-правовая система Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://consultant.ru/>,

свободный

**4 КОНТРОЛЬ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ 03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА для заочной
формы обучения**

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, личностных результатов, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1	<ul style="list-style-type: none"> – 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; <p>использует инструменты для проведения технического аудита</p>	<p><i>Устный опрос</i> <i>Тестирование,</i> <i>Наблюдение и оценка результатов практических занятий</i> <i>Наблюдение и оценка результатов лабораторных занятий</i> <i>Экспертная оценка результатов самостоятельной работы</i> <i>Экспертная оценка домашней контрольной работы</i> <i>Экспертная оценка по результатам наблюдения за деятельностью обучающегося в процессе освоения ПМ</i> <i>Дифференцированный зачет УП 01</i> <i>Дифференцированный зачет ПП 01</i> <i>Экзамен по модулю</i></p>
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> – 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 	<p><i>Устный опрос</i> <i>Тестирование,</i> <i>Наблюдение и оценка результатов практических занятий</i> <i>Наблюдение и оценка результатов лабораторных занятий</i> <i>Экспертная оценка результатов самостоятельной работы</i> <i>Экспертная оценка домашней контрольной работы</i> <i>Экспертная оценка по результатам наблюдения за деятельностью обучающегося в процессе освоения ПМ</i></p>

	<p>словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализирует релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта; <p>анализирует список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию</p>	<p><i>Другая форма контроля</i> <i>Дифференцированный зачет УП 01</i> <i>Дифференцированный зачет ПП 01</i> <i>Экзамен по модулю</i></p>
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> – определяет маркетинговые стратегии; – составляет SMM-стратегии; – составляет контент-планы; – создает стратегии продвижения; <p>проводит сегментацию целевой аудитории для разных задач и продуктов</p>	<p><i>Устный опрос</i> <i>Тестирование,</i> <i>Наблюдение и оценка результатов практических занятий</i> <i>Наблюдение и оценка результатов лабораторных занятий</i> <i>Экспертная оценка результатов самостоятельной работы</i> <i>Экспертная оценка домашней контрольной работы</i> <i>Экспертная оценка по результатам наблюдения за деятельностью обучающегося в процессе освоения ПМ</i> <i>Другая форма контроля</i> <i>Дифференцированный зачет УП 01</i> <i>Дифференцированный зачет ПП 01</i> <i>Экзамен по модулю</i></p>
ПК 3.4	<ul style="list-style-type: none"> – разрабатывает уникальные торговые предложения; – разрабатывает рекламные модули; – создает стратегии продвижения; – сегментирует целевую аудиторию для разных задач и продуктов; – обосновывает выбор целевой аудитории; <p>создает тексты и рекламные слоганы</p>	<p><i>Устный опрос</i> <i>Тестирование,</i> <i>Наблюдение и оценка результатов практических занятий</i> <i>Наблюдение и оценка результатов лабораторных занятий</i> <i>Экспертная оценка результатов самостоятельной работы</i> <i>Экспертная оценка домашней контрольной работы</i> <i>Экспертная оценка по результатам наблюдения за деятельностью обучающегося в процессе освоения ПМ</i> <i>Другая форма контроля</i></p>

		<p><i>Дифференцированный зачет УП 01</i></p> <p><i>Дифференцированный зачет ПП 01</i></p> <p><i>Экзамен по модулю</i></p>
ПК 3.5	<ul style="list-style-type: none"> – 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; <p>работает с сервисами рассылок.</p>	<p><i>Устный опрос</i></p> <p><i>Тестирование,</i></p> <p><i>Наблюдение и оценка результатов практических занятий</i></p> <p><i>Наблюдение и оценка результатов лабораторных занятий</i></p> <p><i>Экспертная оценка результатов самостоятельной работы</i></p> <p><i>Экспертная оценка домашней контрольной работы</i></p> <p><i>Экспертная оценка по результатам наблюдения за деятельностью обучающегося в процессе освоения ПМ</i></p> <p><i>Другая форма контроля</i></p> <p><i>Дифференцированный зачет УП 01</i></p> <p><i>Дифференцированный зачет ПП 01</i></p> <p><i>Экзамен по модулю</i></p>
ПК 3.6	<ul style="list-style-type: none"> – составляет информационно-аналитические справки; <p>оформляет отчетные документы.</p>	<p><i>Устный опрос</i></p> <p><i>Тестирование,</i></p> <p><i>Наблюдение и оценка результатов практических занятий</i></p> <p><i>Наблюдение и оценка результатов лабораторных занятий</i></p> <p><i>Экспертная оценка результатов самостоятельной работы</i></p> <p><i>Экспертная оценка домашней контрольной работы</i></p> <p><i>Экспертная оценка по результатам наблюдения за деятельностью обучающегося в процессе освоения ПМ</i></p> <p><i>Другая форма контроля</i></p> <p><i>Дифференцированный зачет УП 01</i></p> <p><i>Дифференцированный зачет ПП 01</i></p> <p><i>Экзамен по модулю</i></p>

ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> - Обоснованность планирования учебной и профессиональной деятельности; - соответствие результата выполнения профессиональных задач эталону (стандартам, образцам, алгоритму, условиям, требованиям или ожидаемому результату); - степень точности выполнения поставленных задач. 	<p><i>Устный опрос</i> <i>Тестирование,</i> <i>Наблюдение и оценка результатов практических занятий</i> <i>Наблюдение и оценка результатов лабораторных занятий</i> <i>Экспертная оценка результатов</i> <i>самостоятельной работы</i> <i>Экспертная оценка домашней контрольной работы</i> <i>Экспертная оценка по результатам наблюдения за деятельностью обучающегося в процессе освоения ПМ</i></p>
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> - Полнота охвата информационных источников; - скорость нахождения и достоверность информации; - обновляемость и пополняемость знаний, влияющих на результаты учебной и производственной деятельности. 	<p><i>Другая форма контроля</i> <i>Дифференцированный зачет УП 01</i> <i>Дифференцированный зачет ИП 01</i> <i>Экзамен по модулю</i></p>
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> - Осознание своей ответственности за результат коллективной, командной деятельности, готовности к сотрудничеству, использованию опыта коллег; - отсутствие негативных отзывов со стороны коллег и руководства. 	
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> - Демонстрация навыков грамотно общения и оформление документации на государственном языке Российской Федерации, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста 	
ОК 08	<ul style="list-style-type: none"> Демонстрация умений понимать тексты на базовые и профессиональные темы; - составлять необходимую документацию на государственном и иностранном языках 	
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> - Демонстрация умений понимать тексты на базовые и профессиональные темы; - составлять необходимую документацию на государственном и иностранном языках 	

Оценочные материалы по ПМ 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга в сфере торговли приведены отдельным документом

5 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ИЗУЧЕНИЮ ПМ 03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

Изучение профессионального модуля осуществляется в течение одного семестра.

При изучении ПМ 03 *Организация и осуществление интернет-маркетинга* обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1 изучение модуля должно вестись систематически и сопровождаться составлением подробного конспекта. В конспект рекомендуется включать все виды учебной работы: материалы лекционных, практических, лабораторных занятий, самостоятельную проработку материалов учебников и рекомендуемых источников;

2 после изучения какого-либо раздела по учебнику или материалам практических и лабораторных занятий рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия;

3 особое внимание следует уделить выполнению заданий практических, лабораторных занятий, домашней контрольной работы, поскольку это способствует лучшему пониманию и закреплению теоретических знаний; перед выполнением практических, лабораторных заданий, домашней контрольной работы необходимо изучить необходимый теоретический материал;

4 вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается преподавателем на лекциях, практических и лабораторных занятиях, им же даются источники для более детального понимания вопросов.

Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по профессиональному модулю *ПМ 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга* основывается на активном и интерактивном методах обучения, преподаватель в учебном процессе использует презентацию лекционного материала, где обучающиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия.

Интерактивное обучение - это обучение, погруженное в общение. Обучающиеся задают вопросы и отвечают на вопросы преподавателя. Такое преподавание нацелено на активизацию процессов усвоения материала и стимулирует ассоциативное мышление обучающихся и более полное усвоение теоретического материала.

Проведение практических, лабораторных занятий основывается на активном и интерактивном методе обучения, при котором обучающиеся взаимодействуют не только с преподавателем, но и друг с другом. Место преподавателя в интерактивных занятиях сводится к направлению деятельности обучающихся на выполнение практических, лабораторных работ.

Такие методы обучения (активное и интерактивное) формируют и развивают профессиональные и общие компетенции обучающихся.

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ 03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

2.1 Структура профессионального модуля ПМ 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга по заочной форме обучения

Коды профессиональных и общих компетенций, личностных результатов	Наименования разделов профессионального модуля	Суммарный объем нагрузки, час.	Объем профессионального модуля, час.										
			Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем								Консультации	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация
			Обучение по МДК										
			Всего	В том числе									
Лекции	практических занятий	Лабораторных занятий		Курсовых работ (проектов)	Учебная практика	Производственная практика (по профилю)							
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
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 09	МДК 03.01 Технология интернет-маркетинга	268	56	16	40	-	-	-	-	-	206	6	
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 09	УП 03.01 Учебная практика	36	-	-	-	-	-	36	-	-	-	-	

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 09	ПП 03.01 Производственная практика (по профилю специальности)	144	-	-	-	-	-	-	144	-	-	-
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 09	ПМ 03. ЭК Экзамен по модулю	12	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12
ВСЕГО		460	56	16	40	-	-	36	144	-	206	18

Рабочие программы Учебной практики и Производственной практики (по профилю специальности) входят в комплект профессионального модуля на правах отдельного документа

2.2 Объем МДК 03.01. Технология интернет-маркетинга по заочной форме обучения

Вид учебной работы	Объем часов
Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем	268
<i>Самостоятельная работа</i>	206
Объем образовательной программы	56
<i>В том числе в форме практической подготовки:</i>	<i>40</i>
в том числе:	
теоретическое обучение (<i>лекции, уроки</i>)	16
лабораторные занятия	-
практические занятия	40
Курсовой проект(работа)	-
контрольная работа	+
Консультации	-
Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена в 6 семестре	6

2.2 Тематический план и содержание профессионального модуля ПМ 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга по заочной форме обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Уровень освоения	Объем в часах	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4	5
6 семестр				
МДК 03.01 Технология интернет-маркетинга				
Раздел 1. Технология интернет-маркетинга				
Тема 1.1. Основы маркетинга	Содержание учебного материала:		23	
	В том числе теоретического обучения (лекции, уроки):		2	
	1. Процесс управления маркетингом, основные этапы, проблемы реализации. 2. Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке. 3. Организация службы маркетинга на предприятии. 4. Маркетинговая среда предприятия в рыночной экономике. 5. Основные факторы микросреды функционирования фирмы. 6. Основные факторы макросреды функционирования фирмы. 7. Жизненный цикл товаров: основные стадии. 8. Продвижение товаров и услуг.	2	2	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 09
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		21	
	Практическое занятие 1. Разработка схемы жизненного цикла товаров		1	
Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов лекций, изучение рекомендованной учебной и дополнительной литературы Подготовка отчетов по практическим занятиям Подготовка домашней контрольной работы	3	20		

Тема 1.2. Определение и характеристики интернет-маркетинга	Содержание учебного материала:		22	
	В том числе теоретического обучения (лекции, уроки):		2	
	1. Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу. 2. Основные клиенты интернет-маркетинга. 3. Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей 4. Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы	2	2	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 09
	Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов лекций, изучение рекомендованной учебной и дополнительной литературы Подготовка отчетов по практическим занятиям Подготовка домашней контрольной работы		20	
Тема 1.3. Инновации в маркетинге	Содержание учебного материала:		23	
	В том числе теоретического обучения (лекции, уроки):		1	
	1. Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности 2. Новые решения для рекламы: DigitalSignage, IndoorTV. 3. Информационные системы управления опытом потребителей	2	1	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 09
	В том числе практических и лабораторных занятий		22	
	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	3	1	
	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.		1	
Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов лекций, изучение рекомендованной учебной и дополнительной литературы Подготовка отчетов по практическим занятиям Подготовка домашней контрольной работы	3	20		
Тема 1.4.	Содержание учебного материала:		24	ПК 3.1. ПК 3.2.

Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге	В том числе теоретического обучения (лекции, уроки):		1	ПК 3.3. ПК 3.4. ПК 3.5. ПК 3.6 ОК 01, ОК 02 ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1. Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа.	2	0,5	
	2. Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта.		0,5	
	В том числе практических и лабораторных занятий		23	
	Практическое занятие 4. Анализ внешней среды предприятия	3	1	
	Практическое занятие 5. Анализ внутренней среды предприятия		1	
	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		1	
Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов лекций, изучение рекомендованной учебной и дополнительной литературы Подготовка отчетов по практическим занятиям Подготовка домашней контрольной работы	20			
Тема 1.5. Анализ готовности веб-сайта к продвижению	Содержание учебного материала:		26	
	В том числе теоретического обучения (лекции, уроки):		1	
	Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов, Основы письменной деловой коммуникации использования инструментов 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		1	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 09
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		25	

	Практическое занятие 7. Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование		1	
	Практическое занятие 8. Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити)		1	
	Практическое занятие 9. Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов		1	
	Практическое занятие 10. Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины		1	
	Практическое занятие 11. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита		1	
	Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов лекций, изучение рекомендованной учебной и дополнительной литературы Подготовка отчетов по практическим занятиям Подготовка домашней контрольной работы		20	
Тема 1.6. Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Содержание учебного материала:		30	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 09
	В том числе теоретического обучения (лекции, уроки):		1	
	Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов. Организация правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний, стандартов делового общения в письменной и устной форме, особенностей функционирования современных поисковых машин. 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-райтинга	2	1	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		29	

	<p>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.</p>	3	1	
<p>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.</p>	1			
<p>Практическое занятие 14. Анализ практических ситуаций по составлению списка ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин</p>	1			
<p>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</p>	1			
<p>Практическое занятие 16. Создание информационных материалов методического характера</p>	1			
<p>Практическое занятие 17. Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем</p>	1			
<p>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.</p>	1			
<p>Практическое занятие 19. Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, проведение анализа проектов.</p>	1			
<p>Практическое занятие 20. Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа</p>	1			
<p>Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов лекций, изучение рекомендованной учебной и дополнительной литературы Подготовка отчетов по практическим занятиям Подготовка домашней контрольной работы</p>	20			

Тема 1.7. Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет»	Содержание учебного материала:		28	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 09
	В том числе теоретического обучения (лекции, уроки):		2	
	Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения. Концепция продвижения, цели и задачи продвижения. Целевая аудитория, модели поведения аудитории и методы влияния на нее Понятие «социальная сеть», общие принципы работы виртуальных социальных сетей. SMM-стратегия, методы измерения эффективности, методы создания контента Стратегия продаж через «блогосферу» Понятие и значение контент-плана в интернет-маркетинге. Виды контент-планов.	2	2	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		26	
	Практическое занятие 21. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях	3	1	
	Практическое занятие 22. Составление рубрикатора с предоставлением не менее трех тем для каждой рубрики, определение форматов постов и описания требований к ним		1	
	Практическое занятие 23. Разработка примеров для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление		1	
	Практическое занятие 24. Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия		1	
	Практическое занятие 25. Разработка и анализ контент-плана для производственного предприятия		1	
Практическое занятие 26. Разработка и анализ контент-плана для образовательного учреждения	1			
Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов лекций, изучение рекомендованной учебной и дополнительной литературы Подготовка отчетов по практическим занятиям Подготовка домашней контрольной работы	20			
Тема 1.8. Организация и проведение рекламных кампаний в социальных	Содержание учебного материала:		26	ПК 3.1. ПК 3.2. ПК 3.3. ПК 3.4. ПК 3.5. ПК 3.6 ОК 01, ОК 02
В том числе теоретического обучения (лекции, уроки):		2		
Изучение перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет»	2	2		

медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество	Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа Характеристика социальных медиа Анализ рекламных модулей. Анализ уникальных торговых предложений и рекламных рассылок			ОК 04, ОК 05, ОК 09
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		24	
	Практическое занятие 27. Разработка уникальных торговых предложений.	3	1	
	Практическое занятие 28. Разработка рекламных модулей.		1	
	Практическое занятие 29. Разработка стратегии продвижения товара.		1	
	Практическое занятие 30. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара		1	
	Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов лекций, изучение рекомендованной учебной и дополнительной литературы Подготовка отчетов по практическим занятиям Подготовка домашней контрольной работы		20	
Тема 1.9. Создание лендинга	Содержание учебного материала:		26	ПК 2.1 ПК 2.2, ПК.2.3 ПК.2.4 ПК.2.5 ПК .2.6 ПК 2.7 ПК 2.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	В том числе теоретического обучения (лекции, уроки):		2	
	1. Понятие «landingpage», классификация, этапы проектирования, структура.	2	1	
	2. Конструкторы для создания «landingpage».		1	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		24	
	Практическое занятие 31. Разработка лендинга для коммерческого предприятия	3	1	
	Практическое занятие 32. Разработка лендинга для производственного предприятия		1	
	Практическое занятие 33. Разработка лендинга для образовательного учреждения		1	

	Практическое занятие 34. Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет»		1	
	Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов лекций, изучение рекомендованной учебной и дополнительной литературы Подготовка отчетов по практическим занятиям Подготовка домашней контрольной работы	3	20	
Тема 1.10. Анализ эффективности в интернет-маркетинге	Содержание учебного материала:		34	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 09
	В том числе теоретического обучения (лекции, уроки):		2	
	1. Концепции эффективности в интернет-маркетинге. 2. Методы измерения в интернете. 3. Методы идентификации посетителей. 4. Измерение эффективности интернет-маркетинга. 5. Анализ рекламной компании по стоимости клиентов и конверсии.	2	2	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		32	
	Практическое занятие 35. Анализ технологии меток.	3	1	
	Практическое занятие 36. Анализ результатов маркетинговой активности.		1	
	Практическое занятие 37. Анализ производных данных о пользователе.		1	
	Практическое занятие 38. Расчет стоимости рекламной кампании.		1	
	Практическое занятие 39. Анализ принципов медиапланирования в интернете		2	
	Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов лекций, изучение рекомендованной учебной и дополнительной литературы Подготовка отчетов по практическим занятиям Подготовка домашней контрольной работы		26	
	Всего		262	
	Консультации		-	
	Промежуточная аттестация		6	
	Всего по МДК 03.01		268	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

4 *ознакомительный* (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

5 *репродуктивный* (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

6 *продуктивный* (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ на 20__ - 20__ учебный год

№ п.п.	Содержание изменения	Дата, номер протокола заседания ПЦК Подпись председателя ПЦК
		<p align="center">_____ № _____</p> <p align="center">Председатель ПЦК ГСЭД</p> <p align="center">_____/_____</p>