

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ  
ТЮМЕНСКИЙ ТЕХНИКУМ ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ, КОММЕРЦИИ И СЕРВИСА»  
МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ ЦЕНТР КОМПЕТЕНЦИЙ В ОБЛАСТИ ИСКУССТВА,  
ДИЗАЙНА И СФЕРЫ УСЛУГ

*Приложение №\_\_*  
*к ОП СПО по специальности*  
*38.02.08 Торговое дело*  
Приложение

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**


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

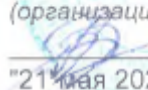
по специальности 38.02.08 Торговое дело

Рабочая программа профессионального модуля разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного приказом Минпросвещения России от 19.07.2023 N 548, зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 22.08.2023 года, № 74906.

Разработчики: В. В. Бикташев., преподаватель

Рассмотрено и одобрено  
на заседании ПЦК ЭУиК  
Протокол № 10 от 21.05.2026г.  
Председатель ПЦК

  
И. В. Нагорнова  
подпись

СОГЛАСОВАНО  
Директор  
(должность)  
ООО "Магнумпроф"  
(организация/предприятие)  
  
/В.А. Нагорнов  
"21 мая 2026 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	12
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	25
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	26

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## ПМ.01 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### 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 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях

#### 1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
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
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 3.5.	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	<ul style="list-style-type: none"> <li>– проведения технического анализа аудируемого веб-сайта;</li> <li>– проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта;</li> <li>– проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта</li> <li>– анализа поисковой выдачи;</li> <li>– анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи;</li> <li>– анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";</li> <li>– определения стратегии поискового продвижения;</li> <li>– проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении;</li> <li>– анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.</li> <li>– определения стратегии продвижения в социальных сетях.</li> <li>– размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет»;</li> <li>– размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет».</li> <li>– разработки лендинга.</li> <li>– анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы;</li> <li>– анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании;</li> <li>– составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.</li> </ul>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;</i></li> <li>– <i>документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта;</i></li> <li>– <i>формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);</i></li> <li>– <i>выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;</i></li> <li>– <i>выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;</i></li> <li>– <i>использовать инструменты для проведения технического аудита.</i></li> <li>– <i>определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;</i></li> <li>– <i>составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;</i></li> <li>– <i>актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";</i></li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;</li> <li>– составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;</li> <li>– анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;</li> <li>– анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию.</li> <li>– определять маркетинговые стратегии;</li> <li>– составлять smm-стратегии;</li> <li>– составлять контент-планы;</li> <li>– создавать стратегии продвижения;</li> <li>– сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов.</li> <li>– разрабатывать уникальные торговые предложения;</li> <li>– разрабатывать рекламные модули;</li> <li>– создавать стратегии продвижения;</li> <li>– сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;</li> <li>– обосновывать выбор целевой аудитории;</li> <li>– создавать тексты и рекламные слоганы.</li> <li>– создания текстов для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;</li> <li>– различать виды текстов;</li> <li>– рассчитать бюджет на создание лендинга;</li> <li>– писать технические задания на создание лендинга для сторонних организаций;</li> <li>– определять СТА для лендингов;</li> <li>– работать с бесплатными сервисами создания лендингов;</li> <li>– создавать уникального торгового предложения для определенных задач;</li> <li>– работать с сервисами рассылок.</li> <li>– составлять информационно-аналитические справки;</li> <li>– оформлять отчетные документы.</li> </ul>
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>– основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;</li> <li>– основы веб-технологии;</li> <li>– основы веб-дизайна;</li> <li>– основы компьютерной грамотности;</li> <li>– методы обработки текстовой информации;</li> <li>– правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;</li> <li>– основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита;</li> <li>– правил составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации;</li> <li>– основ оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;</li> <li>– способов корректировки внутренних ошибок веб-сайта;</li> <li>– особенности функционирования современных систем</li> </ul>

	<p>администрирования веб-сайтов;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– особенности функционирования современных поисковых машин;</li> <li>– правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта</li> <li>– внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок;</li> <li>– особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;</li> <li>– правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний;</li> <li>– стандартов делового общения в письменной и устной форме;</li> <li>– особенностей функционирования современных поисковых машин;</li> <li>– правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;</li> <li>– правил формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы);</li> <li>– методов обработки текстовой и графической информации;</li> <li>– основ копирайтинга и веб-райтинга.</li> <li>– основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна;</li> <li>– правил реферирования, аннотирования и редактирования текстов.</li> <li>– перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети Интернет;</li> <li>– особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа.</li> <li>–</li> <li>– методов обработки текстовой информации и графической информации.</li> </ul>
--	--

**1.1.4. Целевые ориентиры, формируемые в процессе освоения учебной дисциплины**

<b>Код ЦО</b>	<b>Дескрипторы</b>
<b>ЦО 31</b>	Обладающий сформированными представлениями о значении и ценности выбранной профессии, проявляющий уважение к своей профессии и своему профессиональному сообществу, поддерживающий позитивный образ и престиж своей профессии в обществе
<b>ЦО 36</b>	Деятельно выражающий познавательные интересы в разных предметных областях с учётом своих интересов, способностей, достижений, выбранного направления профессионального образования и подготовки.
<b>ЦО 37</b>	Обладающий представлением о современной научной картине мира,

	достижениях науки и техники, аргументированно выражающий понимание значения науки и технологий для развития российского общества и обеспечения его безопасности.
<b>ЦО 38</b>	Демонстрирующий навыки критического мышления, определения достоверности научной информации, в том числе в сфере профессиональной деятельности.
<b>ЦО 39</b>	Умеющий выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
<b>ЦО 40</b>	Использующий современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
<b>ЦО 41</b>	Развивающий и применяющий навыки наблюдения, накопления и систематизации фактов, осмысления опыта в естественнонаучной и гуманитарной областях познания, исследовательской и профессиональной деятельности
<b>ЦО 52</b>	Обладающий сформированными представлениями о значении и ценности выбранной специальности/профессии, проявляющий уважение к своей специальности/профессии и своему профессиональному сообществу, поддерживающий благоприятный образ своей специальности/профессии в обществе.
<b>ЦО 53</b>	Демонстрирующий умение эффективно взаимодействовать в команде, вести диалог, в том числе с использованием средств коммуникации
<b>ЦО 54</b>	Демонстрирующий готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности
<b>ЦО 56</b>	Осознающий необходимость самообразования и стремящийся к профессиональному развитию по выбранной профессии

### 1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Всего часов – 444

Из них на освоение МДК – 264

практики, в том числе учебная – 72

производственная – 72

Экзамен по модулю - 6

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования разделов/МДК профессионального модуля	Объем образовательной программы (час)	Объем образовательной программы, час					
			Занятия во взаимодействии с преподавателем, час.					Самостоятельная работа
			Обучение по МДК, в час.			Практики		
			всего, часов	в т.ч.		Учебная	Производственная	
практические занятия (часов)	курсовая проект (работа) (часов)							
1	2	3	4	5	6	7	8	9
ПК 1.1 – 1.6 ОК 01 – 07	МДК.03.01 Технология интернет-маркетинга	294	268	192				18
ПК 1.1 – 1.6 ОК 01 - 07	Учебная практика	72				72		
	Производственная практика	72					72	
	Экзамен по модулю	6						
	<b>Всего:</b>	<b>444</b>	<b>268</b>	<b>192</b>		<b>72</b>	<b>72</b>	<b>18</b>

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

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	3
<b>МДК.03.01 Технология интернет-маркетинга</b>		<b>78/192/18</b>
<b>Тема 1.1.</b> <b>Основы маркетинга</b> <b>Введение в интернет-маркетинг для торговли</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>	<b>4</b>
	1. Основы маркетинга в торговле: цели, задачи, особенности российского ритейла	4
	2. Отличия онлайн и офлайн-торговли	
	3. Значение интернет-маркетинга для ритейла	
	<b>Тематика практических занятий:</b>	<b>6</b>
	<b>Практическое занятие 1.</b> Сравнение традиционной и интернет-торговли	2
	<b>Практическое занятие 2.</b> Анализ интернет-торговли на Тюменском рынке	2
<b>Практическое занятие 3.</b> Организация службы маркетинга на предприятии	2	
<b>Тема 1.2.</b> <b>Российский рынок e-commerce: тренды и перспективы</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>
	1. Современное состояние e-commerce. Виды e-commerce.	4
	2. Основные игроки рынка.	
	3. Тренды и прогнозы.	
	<b>Тематика практических занятий:</b>	<b>4</b>
	<b>Практическое занятие 4.</b> Анализ новостей розничной торговли на Retail.ru	2
	<b>Практическое занятие 5.</b> Составление отчета о трендах	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	
<b>Самостоятельная работа 1:</b> Подготовить доклад о развитии e-commerce в Тюменской области.	2	
<b>Тема 1.3.</b> <b>Определение и характеристики интернет- маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>	<b>4</b>
	1. Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу.	4
	2. Основные клиенты интернет- маркетинга.	
	3. Преимущества интернет- маркетинга для различных групп пользователей	
	<b>Тематика практических занятий:</b>	<b>6</b>
	<b>Практическое занятие 6.</b> Разработать «Квиз» по терминам интернет-маркетинга	2
	<b>Практическое занятие 7.</b> Разработать «Матрицу преимуществ интернет-маркетинга для торговли. Проанализировать преимущества интернет-маркетинга для различных участников торгового процесса .Задачи: выявить ключевые преимущества для каждой группы пользователей. сравнить интернет-маркетинг с традиционным маркетингом	2
	<b>Практическое занятие 8.</b> Разработать «Матрицу преимуществ интернет-маркетинга для	2

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
	торговли»	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	
	<b>Самостоятельная работа 2:</b> Подготовить подборку из 10 новых терминов, появившихся в интернет-торговле за последние 2 года.	2
<b>Тема 1.4. Потребительское поведение ритейле в</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>	<b>4</b>
	1. Нужда. Потребность. Спрос. Рынок.	2
	2. Потребительское поведение: сущность, виды, факторы влияния	
	3. Покупательское решение: процесс принятия, этапы	
	<b>Содержание учебного материала:</b>	
	4. Мотивация потребителя: внутренние и внешние стимулы	2
	5. Потребительская ценность и воспринимаемая польза	
	6. Лояльность покупателя: эмоциональная и рациональная	
	<b>Тематика практических занятий</b>	<b>6</b>
	<b>Практическое занятие 9. Анализ и прогнозирование покупательского пути (Customer Journey). Путь клиента</b>	2
	<b>Практическое занятие 10. Онлайн-путешествие покупателя: этапы взаимодействия с брендом в интернете. Точки контакта (touchpoints) с потребителем. Омниканальный опыт покупок</b>	2
	<b>Практическое занятие 11. Офлайн-путешествие: поведение в торговом зале. Влияние мерчандайзинга на маршрут покупателя. Роль персонала в формировании опыта</b>	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	
<b>Самостоятельная работа 3:</b> Подготовить презентацию о преимуществах интернет-торговли для покупателей	2	
<b>Тема 1.5 Инструменты изучения потребительского поведения.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>	<b>4</b>
	1. Количественные методы: Анкетирование и опросы. Статистический анализ продаж A/B-тестирование в торговле	2
	2. Качественные методы: Глубинные интервью с покупателями. Фокус-группы Наблюдение за поведением в магазине	
	<b>Содержание учебного материала:</b>	
	3. Современные технологии: Тепловые карты поведения на сайте Айтирекинг в торговых залах. Анализ больших данных (Big Data)	2
	<b>Тематика практических занятий:</b>	<b>16</b>
	<b>Практическое занятие 12.</b> Разработка анкеты опроса о покупательском предпочтении	2
	<b>Практическое занятие 13.</b> Проведение Фокус-группы	2
	<b>Практическое занятие 14.</b> Построение схемы анализа больших данных	2

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
	<i>Практическое занятие 15. Изучение региональной специфика Тюменской области: Особенности потребления в северных регионах. Влияние нефтегазового комплекса на покупательную способность. Сезонные колебания потребительской активности</i>	2
	<i>Практическое занятие 16. Исследование поведения потребителей в Тюменской области</i>	2
	<i>Практическое занятие 17. Провести анализ потребностей и составить критериальную таблицу по определенному виду товара на основании запросов, отзывов</i>	2
	<i>Практическое занятие 18. Провести анализ потребностей и составить критериальную таблицу по определенному виду услуги на основании запросов, отзывов</i>	2
	<i>Практическое занятие 19. Провести анализ потребностей и составить критериальную таблицу по определенному виду услуги на основании запросов, отзывов</i>	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	
	<b>Самостоятельная работа 4</b> : Провести исследование методом наблюдения за поведением покупателей в магазине, провести опрос среди знакомых о том как они выбирают те или иные товары	2
<b>Тема 1.6</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>	<b>10</b>
<b>Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге</b>	1. Целевая аудитория: основные понятия	6
	2. Цели определения и изучения целевой аудитории	
	3. Сегментация аудитории.	
	<b>Содержание учебного материала:</b>	
	4. Метод 5W Марка Шеррингтона	4
	5. Портрет покупателя. Методы анализа	
	<b>Тематика практических занятий</b>	<b>12</b>
	<i>Практическое занятие 20. Изучение понятий «целевая аудитория» и «сегментация» их суть и отличия</i>	2
	<i>Практическое занятие 21. Анализ конкурентов и их целевых аудиторий Тюменской компании</i>	2
	<i>Практическое занятие 22. Анализ конкурентов и их целевых аудиторий Тюменской компании</i>	2
<i>Практическое занятие 23. Анализ целевой аудитории методом 5 W, по разным товарам</i>	2	
<i>Практическое занятие 24. Анализ целевой аудитории методом 5 W, по разным товарам</i>	2	
<i>Практическое занятие 25. Анализ целевой аудитории методом 5 W, по разным товарам</i>	2	
<b>Тема 1.7 Сегментация аудитории</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>	<b>4</b>
1.Виды сегментации .Цели сегментации	2	
2. Ошибки сегментации		
<b>Содержание учебного материала:</b>		
5. Источники сбора информации о целевой аудитории	2	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
	<b>Тематика практических занятий</b>	14
	<i>Практическое занятие 26.</i> Составление таблицы товаров, для которых важна сегментация аудитории	2
	<i>Практическое занятие 27.</i> Сегментация аудитории для магазина одежды (г.Тюмени)	2
	<i>Практическое занятие 28.</i> Сегментация аудитории для магазина продуктов г.Тюмени	2
	<i>Практическое занятие 29.</i> Сегментация аудитории для магазина косметики г.Тюмени	2
	<i>Практическое занятие 30.</i> Сегментация аудитории для спортивных товаров г.Тюмени	2
	<i>Практическое занятие 31.</i> Сегментация аудитории для автосалона г.Тюмени	2
	<i>Практическое занятие 32.</i> Сегментация аудитории для студии йоги г.Тюмени	2
<b>Тема 1.8</b> <b>Анализ готовности веб-сайта к продвижению</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>	<b>4</b>
	1.Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности	2
	2. Основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. Способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта	
	<b>Тематика практических занятий:</b>	<b>28</b>
	<i>Практическое занятие 33.</i> Юзабилити-аудит интернет-магазина г. Тюмени. Провести экспертную оценку юзабилити. Выявить барьеры на пути к покупке	2
	<i>Практическое занятие 34-35.</i> Разработать руководство по дизайну интернет-магазина	4
	<i>Практическое занятие 36-37.</i> Анализ веб-технологий конкурентов в торговле	4
	<i>Практическое занятие 38-39.</i> Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование.	4
	<i>Практическое занятие 40-41.</i> Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити)	4
	<i>Практическое занятие 42-43.</i> Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити)	4
	<i>Практическое занятие 44-45.</i> Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины	4
	<i>Практическое занятие 46-47.</i> Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита	4
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>2</b>
	<b>Самостоятельная работа 5 :</b> Найти и описать 5 ошибок юзабилити на популярных сайтах	2
<b>Тема 1.9.</b> <b>Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>	<b>10</b>
	1.Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов.	2
	2.Организация правил составления и критериев качества списка ключевых слов и	2

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
<b>информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</b>	словосочетаний, стандартов делового общения в письменной и устной форме, особенностей функционирования современных поисковых машин.	
	Контекстная реклама и форматы рекламы	6
	<b>Тематика практических занятий</b>	<b>44</b>
	<b>Практическое занятие 48-49.</b> 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
	<b>Практическое занятие 50-51.</b> 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
	<b>Практическое занятие 52-53.</b> Составлению списка ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин.	4
	<b>Практическое занятие 54-55.</b> Анализ релевантности составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта, анализ списка ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию	4
	<b>Практическое занятие 56-57.</b> Анализ правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта.	4
	<b>Практическое занятие 58-59.</b> Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем	4
	<b>Практическое занятие 60-62.</b> 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.	6
	<b>Практическое занятие 63-64.</b> Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, проведение анализа проектов.	4
	<b>Практическое занятие 65</b> Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа	2
	<b>Практическое занятие 66-67.</b> Анализ, сравнение и разработка конверсионных элементов	4
	<b>Практическое занятие 68-69.</b> Разработка конверсионных элементов для сайта	4
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>		
<b>Самостоятельная работа 6:</b> Сделать сравнительную таблицу среди сервисов по аналитике сайтов: цена, параметры анализ сайта, быстрота получения данных и т.д.	2	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
Тема 1.10. Контент- маркетинг	<b>Содержание учебного материала:</b>	<b>6</b>
	1. Роль контента. Виды контента.	6
	2. Методы обработки текстовой и графической информации основы копирайтинга и веб-райтинга.	
	3. Требования к фото и видео.	
	<b>Тематика практических занятий</b>	
	<b>Практическое занятие 70</b> Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов,	2
	<b>Практическое занятие 71.</b> Правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов .страницы, описания страницы).	2
	<b>Практическое занятие 72.</b> Сравнение и написание описания товара.	2
	<b>Практическое занятие 73-74.</b> Создание карточки товара с фото, для интернет магазина и раздела товары соц. сетей.	4
	<b>Практическое занятие 75.</b> Сценарий для видео обзора товара	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>2</b>
<b>Самостоятельная работа 7</b> Описать преимущества персонализации для покупателей	2	
Тема 1.11. Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет»	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>
	1. Реклама в интернете: виды	4
	2. Контекстная реклама: Яндекс.Директ.	
	3. Форматы контекстной рекламы и рекламы в РСЯ (рекламной сети яндекса)	
	4. Маркетплейсы: как продавать и продвигать товары	
	<b>Тематика практических занятий:</b>	<b>8</b>
	<b>Практическое занятие 76-77.</b> Поиск рекламных объявлений и оформление презентации	2
	<b>Практическое занятие 78.</b> Сравнение рекламных объявления.	2
	<b>Практическое занятие 79-80.</b> Разработка рекламного объявления для разных видов товара	4
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>2</b>
	<b>Самостоятельная работа 8:</b> Подготовить чек-лист для оформления карточки товара. Подготовить подборку удачных фото и видео для карточек товаров	2
Тема 1.12 Организация и проведение рекламных кампаний в социальных медиа, для привлечения пользователей в	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>
	1. SMM для торговли: ВКонтакте, Telegram, Одноклассники	8
	2. Цели ведения соц.сетей для бизнеса	
	3. Стратегия продвижения в социальных сетях	
	4. Таргетированная реклама в социальных сетях	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
интернет-сообщество	<b>Тематика практических занятий</b>	<b>12</b>
	<i>Практическое занятие 81-82. Анализ конкурентов в соцсетях представителей тюменского бизнеса. Составление таблицы критериев.</i>	4
	<i>Практическое занятие 83-84. Анализ сообщества по чек-листу</i>	2
	<i>Практическое занятие 85-86. Создание и оформление сообщества.</i>	2
<b>Тема 1.13. Методы онлайн продвижения</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>
	1. Email-маркетинг для интернет-магазинов	4
	2. Персонализация и программы лояльности	
	3. Оформление и запуск акций, распродаж	
	4. Работа с блогерами и лидерами мнений	
	<b>Тематика практических занятий</b>	<b>12</b>
	<b>Практическое занятие 87-88.</b> Разработка емейл рассылки	4
	<b>Практическое занятие 89-90</b> Разработка плана акции. Создание промо-материалов	4
	<b>Практическое занятие 91-92</b> Составить календарь акций на год.	4
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	
<b>Самостоятельная работа 9:</b> Подготовить подборку удачных фото и видео для карточек товаров	2	
<b>Тема 1.14. Анализ эффективности в интернет- маркетинге</b>	<b>Содержание</b>	4
	1. Методы измерения в интернете. Методы идентификации посетителей.	6
	2. Измерение эффективности интернет-маркетинга.	
	3. Основы медиапланирования	
	4. Анализ рекламной компании по стоимости клиентов и конверсии.	
	<b>Тематика практических занятий</b>	<b>8</b>
	<b>Практическое занятие 93-94.</b> Разработка идеи для публикации у блогера или посевов в сообществах	4
	<b>Практическое занятие 95</b> Расчет стоимости рекламной кампании.	2
<b>Практическое занятие 96</b> Оценка эффективности рекламной кампании	2	
<b>Промежуточная аттестация</b>		<b>6</b>
<b>Итого</b>		<b>444</b>
<b>Учебная практика Виды работ</b>		<b>72</b>
1. 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.		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита.</li> <li>3. Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.</li> <li>4. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях.</li> <li>5. Разработка и анализ контент-плана для разных типов предприятий.</li> <li>6. Разработка уникальных торговых предложений.</li> <li>7. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара.</li> <li>8. Анализ результатов маркетинговой активности.</li> <li>9. Расчет стоимости рекламной кампании.</li> </ol>	
<p><b>Производственная практика</b> <b>Виды работ</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта.</li> <li>2. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта.</li> <li>3. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.</li> <li>4. Анализ поисковой выдачи.</li> <li>5. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи.</li> <li>6. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</li> <li>7. Определение стратегии поискового продвижения.</li> <li>8. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении.</li> <li>9. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.</li> <li>10. Определение стратегии продвижения в социальных сетях.</li> <li>11. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</li> <li>12. Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</li> <li>13. Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы.</li> <li>14. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании.</li> </ol> <p>Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.</p>	<b>72</b>

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:**

**Кабинеты:** Реализация программы ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга наличие учебных кабинетов: финансов, налогов и налогообложения; маркетинга; междисциплинарных курсов.

**Оборудование учебных кабинетов:**

посадочные места по количеству обучающихся;

рабочее место преподавателя;

комплект учебно-методических пособий по модулю;

комплект учебно-наглядных пособий по модулю.

**Технические средства обучения:** компьютер с программным обеспечением, мультимедиа проектор

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации имеет печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе.

##### **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. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/4945093.2.2>.

##### **Дополнительные источники:**

1. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг [Электронный ресурс]: учебник и практикум для СПО / Л. М. Семенова. — 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2025. - 142 с. - (Профессиональное образование). — URL: [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)

2. Домнин, В. Н. Бренддинг [Электронный ресурс]: учебник и практикум для СПО / В. Н. Домнин. — 3-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2025. - 384 с.- (Профессиональное образование). — URL: [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1	<ul style="list-style-type: none"> <li>– выявляет технические ошибки в работе веб-сайта;</li> <li>– документирует выявленные ошибки в работе веб-сайта;</li> <li>– формулирует предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);</li> <li>– выявляет технические преимущества веб-сайтов конкурентов;</li> <li>– выявляет особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;</li> <li>– использует инструменты для проведения технического аудита</li> </ul>	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> <li>– определяет факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;</li> <li>– составляет список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;</li> <li>– актуализирует информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>– анализирует собранную информацию и принимает решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по</li> </ul>	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике

	<p>требованиям поисковой машины;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– составляет список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;</li> <li>– анализирует релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;</li> <li>– анализирует список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию</li> </ul>	
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> <li>– определяет маркетинговые стратегии;</li> <li>– составляет SMM-стратегии;</li> <li>– составляет контент-планы;</li> <li>– создает стратегии продвижения;</li> <li>– проводит сегментацию целевой аудитории для разных задач и продуктов</li> </ul>	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике
ПК 3.4	<ul style="list-style-type: none"> <li>– разрабатывает уникальные торговые предложения;</li> <li>– разрабатывает рекламные модули;</li> <li>– создает стратегии продвижения;</li> <li>– сегментирует целевую аудиторию для разных задач и продуктов;</li> <li>– обосновывает выбор целевой аудитории;</li> <li>– создает тексты и рекламные слоганы</li> </ul>	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике
ПК 3.5	<ul style="list-style-type: none"> <li>– создает тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;</li> <li>– различает виды текстов;</li> <li>– рассчитывает бюджет на создание лендинга;</li> <li>– составляет техническое задание на создание</li> </ul>	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике

	<p>лендинга для сторонних организаций;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– определяет СТА для лендингов;</li> <li>– работает с бесплатными сервисами создания лендингов;</li> <li>– создает уникальное торговое предложение для определенных задач;</li> <li>– работает с сервисами рассылок.</li> </ul>	
ПК 3.6	<ul style="list-style-type: none"> <li>– составляет информационно-аналитические справки;</li> <li>– оформляет отчетные документы.</li> </ul>	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> <li>– распознает, анализирует и выделяет составные части задачи и/или проблемы в профессиональном контексте;</li> <li>– определяет этапы решения задачи;</li> <li>– эффективно осуществляет поиск необходимой для решения проблемы информации, составляет план действия и определяет необходимые ресурсы;</li> <li>– демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;</li> <li>– реализовывает составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</li> </ul>	Наблюдение и экспертная оценка результатов выполнения заданий
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> <li>– определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска;</li> <li>– структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации;</li> <li>– оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты;</li> <li>– применяет средства информационных</li> </ul>	Наблюдение и экспертная оценка результатов выполнения заданий

	технологий, использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	
ОК 03	<ul style="list-style-type: none"> <li>– определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;</li> <li>– применяет современную научную профессиональную терминологию;</li> <li>– определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования.</li> </ul>	Наблюдение и экспертная оценка результатов выполнения заданий
ОК 04	– эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности.	Наблюдение и экспертная оценка результатов выполнения заданий
ОК 05	– грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе	Наблюдение и экспертная оценка результатов выполнения заданий
ОК 06	– применяет стандарты антикоррупционного поведения	Наблюдение и экспертная оценка результатов выполнения заданий
ОК 07	– выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения.	Наблюдение и экспертная оценка результатов выполнения заданий
ЦО 31 Обладающий сформированными представлениями о значении и ценности выбранной профессии, проявляющий уважение к своей профессии и своему профессиональному сообществу, поддерживающий позитивный образ и престиж своей профессии в обществе	Обладает сформированными представлениями о значении и ценности выбранной профессии, проявляет уважение к своей профессии и своему профессиональному сообществу, поддерживает позитивный образ и престиж своей профессии в обществе	Наблюдение и экспертная оценка личностных результатов

ЦО 36 Деятельно выражающий познавательные интересы в разных предметных областях с учётом своих интересов, способностей, достижений, выбранного направления профессионального образования и подготовки.	Деятельно выражает познавательные интересы в разных предметных областях с учётом своих интересов, способностей, достижений, выбранного направления профессионального образования и подготовки.	Наблюдение и экспертная оценка личностных результатов
ЦО 37 Обладающий представлением о современной научной картине мира, достижениях науки и техники, аргументированно выражающий понимание значения науки и технологий для развития российского общества и обеспечения его безопасности.	Обладает представлением о современной научной картине мира, достижениях науки и техники, аргументированно выражает понимание значения науки и технологий для развития российского общества и обеспечения его безопасности.	Наблюдение и экспертная оценка личностных результатов
ЦО 38 Демонстрирующий навыки критического мышления, определения достоверности научной информации, в том числе в сфере профессиональной деятельности.	Демонстрирует навыки критического мышления, определения достоверности научной информации, в том числе в сфере профессиональной деятельности.	Наблюдение и экспертная оценка личностных результатов
ЦО 39 Умеющий выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	Умеет выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	Наблюдение и экспертная оценка личностных результатов
ЦО 40 Использующий современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	Использует современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	Наблюдение и экспертная оценка личностных результатов
ЦО 41 Развивающий и применяющий навыки наблюдения, накопления и систематизации фактов, осмысления опыта в естественнонаучной и гуманитарной областях	Развивает и применяет навыки наблюдения, накопления и систематизации фактов, осмысления опыта в естественнонаучной и гуманитарной областях познания, исследовательской	Наблюдение и экспертная оценка личностных результатов

познания, исследовательской и профессиональной деятельности	и профессиональной деятельности	
ЦО 52 Обладающий сформированными представлениями о значении и ценности выбранной специальности/профессии, проявляющий уважение к своей специальности/профессии и своему профессиональному сообществу, поддерживающий благоприятный образ своей специальности/профессии и в обществе.	Обладает сформированными представлениями о значении и ценности выбранной специальности/профессии, проявляющий уважение к своей специальности/профессии и своему профессиональному сообществу, поддерживающий благоприятный образ своей специальности/профессии в обществе.	Наблюдение и экспертная оценка личностных результатов
ЦО 53 Демонстрирующий умение эффективно взаимодействовать в команде, вести диалог, в том числе с использованием средств коммуникации	Демонстрирует умение эффективно взаимодействовать в команде, вести диалог, в том числе с использованием средств коммуникации	Наблюдение и экспертная оценка личностных результатов
ЦО 54 Демонстрирующий готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности	Демонстрирует готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности	Наблюдение и экспертная оценка личностных результатов
ЦО 56 Осознающий необходимость самообразования и стремящийся к профессиональному развитию по выбранной профессии	Осознает необходимость самообразования и стремящийся к профессиональному развитию по выбранной профессии	Наблюдение и экспертная оценка личностных результатов