

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.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности организация и осуществление интернет-маркетинга и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

| Код | Наименование общих компетенций |
|-------|---|
| ОК 01 | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам |
| ОК 02 | Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности |
| ОК 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"> – проведения технического анализа аудируемого веб-сайта; – проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта; – проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта – анализа поисковой выдачи; – анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи; – анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет"; – определения стратегии поискового продвижения; – проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении; – анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем. – определения стратегии продвижения в социальных сетях. – размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет»; – размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет». – разработки лендинга. – анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы; – анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании; – составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории. |
| Уметь | <ul style="list-style-type: none"> – <i>выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;</i> – <i>документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта;</i> – <i>формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);</i> – <i>выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;</i> – <i>выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;</i> – <i>использовать инструменты для проведения технического аудита.</i> – <i>определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;</i> – <i>составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;</i> – <i>актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";</i> |

| | |
|-------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> – 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. – создания текстов для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций; – различать виды текстов; – рассчитать бюджет на создание лендинга; – писать технические задания на создание лендинга для сторонних организаций; – определять СТА для лендингов; – работать с бесплатными сервисами создания лендингов; – создавать уникального торгового предложения для определенных задач; – работать с сервисами рассылок. – составлять информационно-аналитические справки; – оформлять отчетные документы. |
| Знать | <ul style="list-style-type: none"> – 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; – правил составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации; – основ оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; – способов корректировки внутренних ошибок веб-сайта; – особенности функционирования современных систем |

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

1.1.4. Целевые ориентиры, формируемые в процессе освоения учебной дисциплины

| Код ЦО | Дескрипторы |
|---------------|--|
| 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 |
| ЦО 36 | Деятельно выражающий познавательные интересы в разных предметных областях с учётом своих интересов, способностей, достижений, выбранного направления профессионального образования и подготовки. |
| 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. |
| ЦО 38 | Демонстрирующий навыки критического мышления, определения достоверности научной информации, в том числе в сфере профессиональной деятельности. |
| ЦО 39 | Умеющий выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам. |
| ЦО 40 | Использующий современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности. |
| ЦО 41 | Развивающий и применяющий навыки наблюдения, накопления и систематизации фактов, осмысления опыта в естественнонаучной и гуманитарной областях познания, исследовательской 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 в обществе. |
| ЦО 53 | Демонстрирующий умение эффективно взаимодействовать в команде, вести диалог, в том числе с использованием средств коммуникации |
| 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 |
| ЦО 56 | 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 | | | | | | |
| | Всего: | 444 | 268 | 192 | | 72 | 72 | 18 |

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 |
| МДК.03.01 Технология интернет-маркетинга | | 78/192/18 |
| Тема 1.1. Основы маркетинга Введение в интернет-маркетинг для торговли | Содержание учебного материала: | 4 |
| | 1. Основы маркетинга в торговле: цели, задачи, особенности российского ритейла | 4 |
| | 2. Отличия онлайн и офлайн-торговли | |
| | 3. Значение интернет-маркетинга для ритейла | |
| | Тематика практических занятий: | 6 |
| | Практическое занятие 1. Сравнение традиционной и интернет-торговли | 2 |
| | Практическое занятие 2. Анализ интернет-торговли на Тюменском рынке | 2 |
| Практическое занятие 3. Организация службы маркетинга на предприятии | 2 | |
| Тема 1.2. Российский рынок e-commerce: тренды и перспективы | Содержание учебного материала | 4 |
| | 1. Современное состояние e-commerce. Виды e-commerce. | 4 |
| | 2. Основные игроки рынка. | |
| | 3. Тренды и прогнозы. | |
| | Тематика практических занятий: | 4 |
| | Практическое занятие 4. Анализ новостей розничной торговли на Retail.ru | 2 |
| | Практическое занятие 5. Составление отчета о трендах | 2 |
| | Самостоятельная работа обучающихся: | |
| Самостоятельная работа 1: Подготовить доклад о развитии e-commerce в Тюменской области. | 2 | |
| Тема 1.3. Определение и характеристики интернет- маркетинга | Содержание учебного материала: | 4 |
| | 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 | |
| | Тематика практических занятий: | 6 |
| | Практическое занятие 6. Разработать «Квиз» по терминам интернет-маркетинга | 2 |
| | Практическое занятие 7. 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 |
| | Практическое занятие 8. 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» | |
| | Самостоятельная работа обучающихся: | |
| | Самостоятельная работа 2: Подготовить подборку из 10 новых терминов, появившихся в интернет-торговле за последние 2 года. | 2 |
| Тема 1.4. Потребительское поведение ритейле в | Содержание учебного материала: | 4 |
| | 1. Нужда. Потребность. Спрос. Рынок. | 2 |
| | 2. Потребительское поведение: сущность, виды, факторы влияния | |
| | 3. Покупательское решение: процесс принятия, этапы | |
| | Содержание учебного материала: | |
| | 4. Мотивация потребителя: внутренние и внешние стимулы | 2 |
| | 5. Потребительская ценность и воспринимаемая польза | |
| | 6. Лояльность покупателя: эмоциональная и рациональная | |
| | Тематика практических занятий | 6 |
| | Практическое занятие 9. Анализ и прогнозирование покупательского пути (Customer Journey). Путь клиента | 2 |
| | Практическое занятие 10. Онлайн-путешествие покупателя: этапы взаимодействия с брендом в интернете. Точки контакта (touchpoints) с потребителем. Омниканальный опыт покупок | 2 |
| | Практическое занятие 11. Офлайн-путешествие: поведение в торговом зале. Влияние мерчандайзинга на маршрут покупателя. Роль персонала в формировании опыта | 2 |
| | Самостоятельная работа обучающихся | |
| Самостоятельная работа 3: Подготовить презентацию о преимуществах интернет-торговли для покупателей | 2 | |
| Тема 1.5 Инструменты изучения потребительского поведения. | Содержание учебного материала: | 4 |
| | 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 | |
| | Содержание учебного материала: | |
| | 3. Современные технологии: Тепловые карты поведения на сайте Айтрекинг в торговых залах. Анализ больших данных (Big Data) | 2 |
| | Тематика практических занятий: | 16 |
| | Практическое занятие 12. Разработка анкеты опроса о покупательском предпочтении | 2 |
| | Практическое занятие 13. Проведение Фокус-группы | 2 |
| | Практическое занятие 14. 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 |
| | Самостоятельная работа обучающихся | |
| | Самостоятельная работа 4 : Провести исследование методом наблюдения за поведением покупателей в магазине, провести опрос среди знакомых о том как они выбирают те или иные товары | 2 |
| Тема 1.6 | Содержание учебного материала: | 10 |
| Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге | 1. Целевая аудитория: основные понятия | 6 |
| | 2. Цели определения и изучения целевой аудитории | |
| | 3. Сегментация аудитории. | |
| | Содержание учебного материала: | |
| | 4. Метод 5W Марка Шеррингтона | 4 |
| | 5. Портрет покупателя. Методы анализа | |
| | Тематика практических занятий | 12 |
| | <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 | |
| Тема 1.7 Сегментация аудитории | Содержание учебного материала: | 4 |
| 1.Виды сегментации .Цели сегментации | 2 | |
| 2. Ошибки сегментации | | |
| Содержание учебного материала: | | |
| 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 |
|--|--|-------------|
| | Тематика практических занятий | 14 |
| | <i>Практическое занятие 26. Составление таблицы товаров, для которых важна сегментация аудитории</i> | 2 |
| | <i>Практическое занятие 27. Сегментация аудитории для магазина одежды (г.Тюмени)</i> | 2 |
| | <i>Практическое занятие 28. Сегментация аудитории для магазина продуктов г.Тюмени</i> | 2 |
| | <i>Практическое занятие 29. Сегментация аудитории для магазина косметики г.Тюмени</i> | 2 |
| | <i>Практическое занятие 30. Сегментация аудитории для спортивных товаров г.Тюмени</i> | 2 |
| | <i>Практическое занятие 31. Сегментация аудитории для автосалона г.Тюмени</i> | 2 |
| | <i>Практическое занятие 32. Сегментация аудитории для студии йоги г.Тюмени</i> | 2 |
| Тема 1.8 Анализ готовности веб-сайта к продвижению | Содержание учебного материала: | 4 |
| | 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 | |
| | Тематика практических занятий: | 28 |
| | <i>Практическое занятие 33. Юзабилити-аудит интернет-магазина г. Тюмени. Провести экспертную оценку юзабилити. Выявить барьеры на пути к покупке</i> | 2 |
| | <i>Практическое занятие 34-35. Разработать руководство по дизайну интернет-магазина</i> | 4 |
| | <i>Практическое занятие 36-37. Анализ веб-технологий конкурентов в торговле</i> | 4 |
| | <i>Практическое занятие 38-39. Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование.</i> | 4 |
| | <i>Практическое занятие 40-41. Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити)</i> | 4 |
| | <i>Практическое занятие 42-43. Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити)</i> | 4 |
| | <i>Практическое занятие 44-45. Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины</i> | 4 |
| | <i>Практическое занятие 46-47. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита</i> | 4 |
| | Самостоятельная работа обучающихся: | 2 |
| | Самостоятельная работа 5 : Найти и описать 5 ошибок юзабилити на популярных сайтах | 2 |
| Тема 1.9. Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой | Содержание учебного материала: | 10 |
| | 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 |
|---|---|-------------|
| информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | словосочетаний, стандартов делового общения в письменной и устной форме, особенностей функционирования современных поисковых машин. | |
| | Контекстная реклама и форматы рекламы | 6 |
| | Тематика практических занятий | 44 |
| | Практическое занятие 48-49. Анализ практических ситуаций на определение факторов, влияющих на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче. Составление списка ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи | 4 |
| | Практическое занятие 50-51. Анализ практических ситуаций на актуализацию информации о поведении пользователей веб-сайтов и заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», анализ собранной информации и принятие решения о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины. | 4 |
| | Практическое занятие 52-53. Составлению списка ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. | 4 |
| | Практическое занятие 54-55. 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 56-57. Анализ правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта. | 4 |
| | Практическое занятие 58-59. Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем | 4 |
| | Практическое занятие 60-62. 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 |
| | Практическое занятие 63-64. Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, проведение анализа проектов. | 4 |
| | Практическое занятие 65 Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа | 2 |
| | Практическое занятие 66-67. Анализ, сравнение и разработка конверсионных элементов | 4 |
| | Практическое занятие 68-69. Разработка конверсионных элементов для сайта | 4 |
| Самостоятельная работа обучающихся: | | |
| Самостоятельная работа 6: 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 | Содержание учебного материала: | 6 |
| | 1. Роль контента. Виды контента. | 6 |
| | 2. Методы обработки текстовой и графической информации основы копирайтинга и веб-райтинга. | |
| | 3. Требования к фото и видео. | |
| | Тематика практических занятий | |
| | Практическое занятие 70 Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов, | 2 |
| | Практическое занятие 71. Правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов .страницы, описания страницы). | 2 |
| | Практическое занятие 72. Сравнение и написание описания товара. | 2 |
| | Практическое занятие 73-74. Создание карточки товара с фото, для интернет магазина и раздела товары соц. сетей. | 4 |
| | Практическое занятие 75. Сценарий для видео обзора товара | 2 |
| | Самостоятельная работа обучающихся | 2 |
| Самостоятельная работа 7 Описать преимущества персонализации для покупателей | 2 | |
| Тема 1.11. Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет» | Содержание учебного материала | 4 |
| | 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 | |
| | Тематика практических занятий: | 8 |
| | Практическое занятие 76-77. Поиск рекламных объявлений и оформление презентации | 2 |
| | Практическое занятие 78. Сравнение рекламных объявления. | 2 |
| | Практическое занятие 79-80. Разработка рекламного объявления для разных видов товара | 4 |
| | Самостоятельная работа обучающихся: | 2 |
| | Самостоятельная работа 8: 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 | Содержание учебного материала | 8 |
| | 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 | Тематика практических занятий | 12 |
| | <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 |
| Тема 1.13. Методы онлайн продвижения | Содержание учебного материала | 4 |
| | 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 | |
| | Тематика практических занятий | 12 |
| | Практическое занятие 87-88. Разработка емейл рассылки | 4 |
| | Практическое занятие 89-90 Разработка плана акции. Создание промо-материалов | 4 |
| | Практическое занятие 91-92 Составить календарь акций на год. | 4 |
| | Самостоятельная работа обучающихся: | |
| Самостоятельная работа 9: Подготовить подборку удачных фото и видео для карточек товаров | 2 | |
| Тема 1.14. Анализ эффективности в интернет- маркетинге | Содержание | 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. | |
| | Тематика практических занятий | 8 |
| | Практическое занятие 93-94. Разработка идеи для публикации у блогера или посевов в сообществах | 4 |
| | Практическое занятие 95 Расчет стоимости рекламной кампании. | 2 |
| Практическое занятие 96 Оценка эффективности рекламной кампании | 2 | |
| Промежуточная аттестация | | 6 |
| Итого | | 444 |
| Учебная практика Виды работ | | 72 |
| 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"> 2. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита. 3. Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем. 4. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях. 5. Разработка и анализ контент-плана для разных типов предприятий. 6. Разработка уникальных торговых предложений. 7. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара. 8. Анализ результатов маркетинговой активности. 9. Расчет стоимости рекламной кампании. | |
| <p>Производственная практика Виды работ</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта. 2. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта. 3. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта. 4. Анализ поисковой выдачи. 5. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи. 6. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» 7. Определение стратегии поискового продвижения. 8. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении. 9. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем. 10. Определение стратегии продвижения в социальных сетях. 11. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». 12. Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». 13. Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы. 14. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании. <p>Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.</p> | 72 |

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

2. Домнин, В. Н. Брендинг [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

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"> – выявляет технические ошибки в работе веб-сайта; – документирует выявленные ошибки в работе веб-сайта; – формулирует предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити); – выявляет технические преимущества веб-сайтов конкурентов; – выявляет особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины; – использует инструменты для проведения технического аудита | Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике |
| 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 | Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике |

| | | |
|--------|---|--|
| | <p>требованиям поисковой машины;</p> <ul style="list-style-type: none"> – составляет список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; – анализирует релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта; – анализирует список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию | |
| ПК 3.3 | <ul style="list-style-type: none"> – определяет маркетинговые стратегии; – составляет SMM-стратегии; – составляет контент-планы; – создает стратегии продвижения; – проводит сегментацию целевой аудитории для разных задач и продуктов | Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике |
| 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; – создает тексты и рекламные слоганы | Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике |
| 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 | Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике |

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