

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 24.07.2026 11:28:16

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Самарский государственный экономический университет»**

**Факультет** среднего профессионального и предпрофессионального образования

**Кафедра** факультета среднего профессионального и предпрофессионального образования

**УТВЕРЖДЕНО**

Ученым советом Университета  
(протокол № 11 от 22 мая 2026 г.)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**Наименование дисциплины** ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга

**Специальность** 38.02.08 Торговое дело

**Направленность** Коммерция и осуществление интернет-маркетинга

Квалификация (степень) выпускника специалист торгового дела

## ***СОДЕРЖАНИЕ***

- 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 3. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА В ОТНОШЕНИИ ЛИЦ ИЗ ЧИСЛА ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**
- 4. ФОРМЫ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ТЕМАМ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА**
- 5. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ**
- 6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

# 1. ПАСПОРТ 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 (по выбору)» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

#### 1.1.1. Перечень общих компетенций

| Код   | Наименование общих компетенций                                                                                                                               |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОК 02 | Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности |
| ОК 05 | Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста        |

#### 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 сети "Интернет" |
| ПК 3.3 | Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети Интернет                                                  |
| ПК 3.4 | Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество                                                         |
| ПК 3.5 | 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:

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Иметь практический опыт | <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></ul> |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       | <ul style="list-style-type: none"> <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>– размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>– размещения 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>– составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.</li> </ul>                                                                                                                                                                        |
| уметь | <ul style="list-style-type: none"> <li>– выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;</li> <li>– документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта;</li> <li>– формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);</li> <li>– выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;</li> <li>– выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;</li> <li>– использовать инструменты для проведения технического аудита;</li> <li>– определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;</li> <li>– составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;</li> <li>– актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";</li> <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</li> </ul> |

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       | <p>ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;</p> <ul style="list-style-type: none"> <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>– обосновывать выбор целевой аудитории;</li> <li>– создавать тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;</li> <li>– различать виды текстов;</li> <li>– рассчитывать бюджет на создание лендинга;</li> <li>– писать техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций;</li> <li>– определять СТА для лендингов;</li> <li>– работать с бесплатными сервисами создания лендингов;</li> <li>– создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, 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>– правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации;</li> <li>– основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;</li> <li>– способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта;</li> <li>– особенности функционирования современных поисковых машин;</li> <li>– правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;</li> <li>– внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок;</li> <li>– особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;</li> </ul>                                                                         |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>– правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний;</li> <li>– стандарты делового общения в письменной и устной форме;</li> <li>– особенности функционирования современных поисковых машин;</li> <li>– правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;</li> <li>– правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы);</li> <li>– методы обработки текстовой и графической информации;</li> <li>– основы копирайтинга и веб-райтинга;</li> <li>– основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна;</li> <li>– правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;</li> <li>– перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «интернет»;</li> <li>– основы разработки и поддержки сайтов/лендингов;</li> <li>– основы гипертекстовой разметки;</li> <li>– стандарты верстки веб-сайтов;</li> <li>– принципиальные отличия лендингов от сайтов;</li> <li>– сервисы для автоматизации рассылок;</li> <li>– методы обработки текстовой информации и графической информации.</li> </ul> |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего – 334 академических часов (далее – часа(ов)), в том числе:

### **МДК.03.01 Технология интернет-маркетинга (5,6 семестр)**

общей учебной нагрузки обучающегося – 214 часа;

аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 134 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 72 часа;

консультации – 2 часа;

промежуточная аттестация (экзамен) – 6 часов (6 семестр).

**УП.03.01 Учебная практика (6 семестр) – 36 часов**

**ПП.03.01 Производственная практика (6 семестр) – 72 часов**

**ПМ.03.ЭК Экзамен по модулю (6 семестр) – 12 часов**

## 2. Структура и содержание профессионального модуля

### 2.1. Структура профессионального модуля

| Коды профессиональн<br>ых общих компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Всего, час. | В т.ч. в форме практической. подготовки |            | Объем профессионального модуля, ак. час. |                        |                           |              |          |                   |
|---------------------------------------------|------------------------------------------------|-------------|-----------------------------------------|------------|------------------------------------------|------------------------|---------------------------|--------------|----------|-------------------|
|                                             |                                                |             |                                         | Всего ауд. | Обучение по МДК                          |                        |                           |              | Практики |                   |
|                                             |                                                |             |                                         |            | В том числе                              |                        |                           |              |          |                   |
|                                             |                                                |             |                                         |            | Лабораторных и практических. занятий     | Самостоятельная работа | Промежуточ ная аттестация | Консультации | Учебная  | Производствен ная |
| 1                                           | 2                                              | 3           | 4                                       | 5          | 6                                        | 7                      | 8                         |              | 9        | 10                |
| ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6.                     | Раздел 1. Технология интернет-маркетинга       | 214         |                                         | 134        | 76                                       | 72                     | 6                         | 2            | 36       | 72                |
| ОК 02, ОК 05, ПК 3.1 – ПК 3.6.              | Экзамен по модулю                              | 12          |                                         |            |                                          |                        | 10                        | 2            |          |                   |
| ОК 02, ОК 05, ПК 3.1 – ПК 3.6.              | Учебная практика                               | 36          | 36                                      |            |                                          |                        |                           |              |          |                   |
| ПК 3.1 – ПК 3.6.                            | Производственная практика                      | 72          | 72                                      |            |                                          |                        |                           |              |          |                   |
|                                             | Всего:                                         | 334         | 108                                     | 134        | 76                                       | 72                     | 16                        | 4            | 36       | 72                |

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

| Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) | Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)                                                                                                                                                                                                                                                                  | Объем, акад. ч. | Формируемые компетенции |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------------|
| 1                                                                                         | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 3               | 4                       |
| <b>Раздел 1. Технология интернет-маркетинга</b>                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>214</b>      | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6. |
| <b>МДК 03.01 Технология интернет-маркетинга</b>                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>214</b>      | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6. |
| <b>Тема 1.1. Основы маркетинга</b>                                                        | <b>Содержание</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>8</b>        | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6. |
|                                                                                           | Процесс управления маркетингом, основные этапы, проблемы реализации. Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке. Организация службы маркетинга на предприятии. Маркетинговая среда предприятия в рыночной экономике. Основные факторы микросреды функционирования фирмы. Основные факторы макросреды функционирования фирмы. Жизненный цикл товаров: основные стадии. Продвижение товаров и услуг. | 4               |                         |
|                                                                                           | <b>В том числе практических занятий</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>4</b>        | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6. |
|                                                                                           | <b>Практическое занятие.</b> Разработка схемы жизненного цикла товаров                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 4               |                         |
| <b>Тема 1.2. Определение и характеристики интернет-маркетинга</b>                         | <b>Содержание</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>10</b>       | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6. |
|                                                                                           | Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу. Основные клиенты интернет-маркетинга. Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей. Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные                                                                                                                          | 2               |                         |



|                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |           |                         |
|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------------------|
|                                                                 | системы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |           |                         |
|                                                                 | <b>Самостоятельная работа</b><br>Определение инструментов интернет-маркетинга для торговой организации                                                                                                                                                                                                                                | 8         | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6. |
| <b>Тема 1.3. Инновации в маркетинге</b>                         | <b>Содержание</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>20</b> | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6. |
|                                                                 | Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности. Новые решения для рекламы: Digital Signage, Indoor TV. Информационные системы управления опытом потребителей                                                                                                                                           | 6         |                         |
|                                                                 | <b>В том числе практических занятий</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <b>6</b>  | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6. |
|                                                                 | <b>Практическое занятие.</b> Разработка форм опроса для сайта произвольной компании с целью определения отношения клиентов к ее товарам (услугам) с использованием цифровых технологий и электронной почты клиента                                                                                                                    | 2         |                         |
|                                                                 | <b>Практическое занятие.</b> Формирование отчета по поиску числа посетителей сайта, используя возможности маркетинговой программы (SerpParser или аналогичной): составьте отчет по поиску числа посетителей сайта предприятия по месяцам и дням, в том числе из разных поисковых систем.                                              | 4         |                         |
|                                                                 | <b>Самостоятельная работа</b><br>Анализ спроса на основе использования Google Trends                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>8</b>  | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6. |
| <b>Тема 1.4 Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге</b> | <b>Содержание</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>22</b> | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6. |
|                                                                 | Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа. Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта.                                                                                                                                                                                  | <b>6</b>  |                         |
|                                                                 | <b>В том числе практических занятий</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <b>8</b>  | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6. |
|                                                                 | <b>Практическое занятие.</b> Анализ внешней среды предприятия                                                                                                                                                                                                                                                                         | 2         |                         |
|                                                                 | <b>Практическое занятие.</b> Анализ внутренней среды предприятия                                                                                                                                                                                                                                                                      | 2         |                         |
|                                                                 | <b>Практическое занятие.</b> 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 | 4         |                         |

|                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |           |                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------------------|
|                                                                                               | <b>Самостоятельная работа</b><br>Формирование профиля целевого потребителя                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 8         | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6. |
| <b>Тема 1.5.</b><br><br><b>Анализ готовности веб-сайта к продвижению</b>                      | <b>Содержание</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>26</b> | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6. |
|                                                                                               | Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности. Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов. Основы письменной деловой коммуникации использования инструментов для проведения технического аудита. Правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации. Основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. Способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта. | <b>8</b>  |                         |
|                                                                                               | <b>В том числе практических занятий</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>10</b> | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6. |
|                                                                                               | <b>Практическое занятие.</b> Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 2         |                         |
|                                                                                               | <b>Практическое занятие.</b> Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 2         |                         |
|                                                                                               | <b>Практическое занятие.</b> Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 2         |                         |
|                                                                                               | <b>Практическое занятие.</b> Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2         |                         |
|                                                                                               | <b>Практическое занятие.</b> Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 2         |                         |
|                                                                                               | <b>Самостоятельная работа</b><br>Аудит сайта произвольной компании по чек-листу                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <b>8</b>  | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6. |
| <b>Тема 1.6 Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой</b> | <b>Содержание</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>30</b> | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6. |
|                                                                                               | Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов. Организация правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний,                                                                                                                                                                                                                                 | <b>8</b>  |                         |

|                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |           |                         |
|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------------------|
| <b>информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</b> | стандартов делового общения в письменной и устной форме, особенностей функционирования современных поисковых машин. Анализ правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта. Правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы). Методы обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и веб-райтинга. |           | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6. |
|                                                                        | <b>В том числе практических занятий</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>14</b> |                         |
|                                                                        | <b>Практическое занятие.</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.<br>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.</b> Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 4         |                         |
|                                                                        | <b>Практическое занятие.</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.                                                                                                                                                                                                             | 2         |                         |
|                                                                        | <b>Практическое занятие.</b> Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, проведение анализа проектов. Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа                                                                                                                                                                                                                 | 4         |                         |
|                                                                        | <b>Самостоятельная работа</b><br>Формирование семантического ядра из поисковых запросов с использованием сервиса Яндекс Wordstat                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>8</b>  | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6. |
| <b>Тема 1.7. Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и</b> | <b>Содержание</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>30</b> | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6. |
|                                                                        | Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения. Концепция продвижения, цели и задачи продвижения.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>8</b>  |                         |

|                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |           |                         |
|------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------------------|
| <b>медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет»</b> | <b>В том числе практических занятий</b>                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>14</b> | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6. |
|                                                            | <b>Практическое занятие.</b> Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях                                                                                                                                                                                                          | 2         |                         |
|                                                            | <b>Практическое занятие.</b> Составление рубрикатора с предоставлением не менее трех тем для каждой рубрики, определение форматов постов и описания требований к ним.<br>Разработка примеров для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление | 4         |                         |
|                                                            | <b>Практическое занятие.</b> Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия                                                                                                                                                                                                     | 4         |                         |
|                                                            | <b>Практическое занятие.</b> Разработка и анализ контент-плана для производственного предприятия                                                                                                                                                                                                 | 4         |                         |
|                                                            | <b>Самостоятельная работа</b><br>Разработка и анализ контент-плана для образовательного учреждения                                                                                                                                                                                               | <b>8</b>  | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6. |
| <b>Тема 1.8.</b><br><br><b>Создание лендинга</b>           | <b>Содержание</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>30</b> | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6. |
|                                                            | Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования, структура. Конструкторы для создания «landing page».                                                                                                                                                                                | <b>8</b>  |                         |
|                                                            | <b>В том числе практических занятий</b>                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>10</b> | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6. |
|                                                            | <b>Практическое занятие.</b> Разработка лендинга для коммерческого предприятия                                                                                                                                                                                                                   | 4         |                         |
|                                                            | <b>Практическое занятие.</b> Разработка лендинга для производственного предприятия                                                                                                                                                                                                               | 4         |                         |
|                                                            | <b>Практическое занятие.</b> Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет»                                                                                                                                                                                                         | 2         |                         |
|                                                            | <b>Самостоятельная работа.</b><br>Разработка лендинга для образовательного учреждения                                                                                                                                                                                                            | <b>12</b> | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6. |
| <b>Тема 1.9</b>                                            | <b>Содержание</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>30</b> | ОК 02, ПК 3.1 –         |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                          |           |                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------------------------|
| <b>Анализ эффективности в интернет-маркетинге</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Концепции эффективности в интернет-маркетинге. Методы измерения в интернете. Методы идентификации посетителей. Измерение эффективности интернет-маркетинга. Анализ рекламной компании по стоимости клиентов и конверсии. | <b>8</b>  | ПК 3.6.                       |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>В том числе практических занятий</b>                                                                                                                                                                                  | <b>10</b> | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6.       |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Практическое занятие.</b> Анализ технологии меток. Анализ результатов маркетинговой активности.                                                                                                                       | 4         |                               |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Практическое занятие.</b> Анализ производных данных о пользователе.                                                                                                                                                   | 2         |                               |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Практическое занятие.</b> Расчет стоимости рекламной кампании.                                                                                                                                                        | 4         |                               |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Самостоятельная работа</b><br>Анализ принципов медиапланирования в интернете                                                                                                                                          | <b>12</b> | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6.       |
| <b>Консультация</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                          | 2         | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6.       |
| <b>Промежуточная аттестация (экзамен)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                          | 6         | ОК 02, ПК 3.1 – ПК 3.6.       |
| <b>Учебная практика раздела 1</b><br><b>Виды работ</b><br>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.<br>Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита.<br>Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.<br>Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях.<br>Разработка и анализ контент-плана для разных типов предприятий.<br>Разработка уникального торгового предложения.<br>Расчет стоимости рекламной кампании. |                                                                                                                                                                                                                          | 36        | ОК 02, ОК 05, ПК 3.1 – ПК 3.6 |
| <b>Производственная практика раздела 1</b><br><b>Виды работ</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                          | 72        | ПК 3.1 – ПК 3.6               |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |            |                                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|----------------------------------|
| Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта.<br>Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта.<br>Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.<br>Анализ поисковой выдачи.<br>Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи.<br>Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»<br>Определение стратегии поискового продвижения.<br>Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении.<br>Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.<br>Определение стратегии продвижения в социальных сетях.<br>Разработка лендинга.<br>Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы.<br>Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории. |            |                                  |
| <b>Экзамен по модулю</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>12</b>  | ОК 02, ОК 05,<br>ПК 3.1 – ПК 3.6 |
| <b>Всего</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>334</b> |                                  |

### **3. Особенности реализации междисциплинарного курса в отношении лиц из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья, в отличие от остальных обучающихся, имеют свои специфические особенности восприятия, переработки материала.

Подбор и разработка учебных материалов должны производиться с учетом того, чтобы предоставлять этот материал в различных формах так, чтобы инвалиды с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи) или с помощью тифлоинформационных устройств.

Выбор средств и методов обучения осуществляется самим преподавателем. При этом в образовательном процессе рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

Согласно требованиям, установленным Минобрнауки России к порядку реализации образовательной деятельности в отношении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, необходимо иметь в виду, что:

инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья по зрению имеют право присутствовать на занятиях вместе с ассистентом, оказывающим обучающемуся необходимую помощь.

инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья по слуху имеют право на использование звукоусиливающей аппаратуры.

При проведении промежуточной аттестации по междисциплинарному курсу обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

проведение аттестации для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не являющимися инвалидами, если это не создает трудностей для инвалидов и иных обучающихся при прохождении государственной итоговой аттестации;

присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с экзаменатором);

пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами при прохождении аттестации с учетом их индивидуальных особенностей;

обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях.

По письменному заявлению обучающегося инвалида продолжительность сдачи обучающимся инвалидом экзамена может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности его сдачи:

продолжительность сдачи экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;

продолжительность подготовки обучающегося к ответу на экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья организация обеспечивает выполнение следующих требований при проведении аттестации:

а) для слепых:

задания и иные материалы для сдачи экзамена оформляются рельефно-точечным шрифтом Брайля или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом;

письменные задания выполняются обучающимися на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, либо надиктовываются ассистенту;

при необходимости обучающимся предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

б) для слабовидящих:

задания и иные материалы для сдачи экзамена оформляются увеличенным шрифтом;

обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

при необходимости обучающимся предоставляется увеличивающее устройство, допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;

в) для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:

обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

по их желанию испытания проводятся в письменной форме;

г) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

письменные задания выполняются обучающимися на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

по их желанию испытания проводятся в устной форме.

О необходимости обеспечения специальных условий для проведения аттестации обучающийся должен сообщить письменно не позднее, чем за 10 дней до начала аттестации. К заявлению прилагаются документы, подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей (при отсутствии указанных документов в организации).

#### **4. Формы самостоятельной работы обучающихся по темам междисциплинарного курса**

При планировании самостоятельной внеаудиторной работы обучающимся могут быть рекомендованы следующие виды заданий:

для овладения знаниями: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста; графическое изображение структуры текста; конспектирование текста; выписки из текста; работа со словарями и справочниками; ознакомление с нормативными документами; учебно-исследовательская работа; использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;

для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций (обработка текста); повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника,



дополнительной литературы, аудио- и видеозаписей); составление плана и тезисов ответа; составление таблиц для систематизации учебного материала; изучение нормативных материалов; ответы на контрольные вопросы; аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование и др.); подготовка сообщений к выступлению на семинаре, конференции; подготовка докладов; составление библиографии, тематических кроссвордов; тестирование и др.;

для формирования умений: решение задач и упражнений по образцу; решение вариантов задач и упражнений; выполнение чертежей, схем; выполнение расчётно-графических работ; решение ситуационных производственных (профессиональных) задач; подготовка к деловым играм; проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности; подготовка курсовых и дипломных работ (проектов); экспериментально-конструкторская работа; опытно-экспериментальная работа; упражнения на тренажёре; упражнения спортивно-оздоровительного характера; рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.

Наиболее распространенными формами самостоятельной работы является подготовка докладов.

#### 4.1. Вопросы для самостоятельной работы

| Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)/<br>Самостоятельная учебная работа обучающихся | Формируемые компетенции                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| 1                                                                                                                                        | 2                                                     |
| <b>Раздел 1. Технология интернет-маркетинга</b>                                                                                          | ОК 02; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6 |
| <b>МДК 03.01 Технология интернет-маркетинга</b>                                                                                          |                                                       |
| Определение инструментов интернет-маркетинга для торговой организации                                                                    |                                                       |
| Анализ спроса на основе использования Google Trends                                                                                      |                                                       |
| Формирование профиля целевого потребителя                                                                                                |                                                       |
| Аудит сайта произвольной компании по чек-листу                                                                                           |                                                       |
| Формирование семантического ядра из поисковых запросов с использованием сервиса Яндекс Wordstat                                          |                                                       |
| Разработка и анализ контент-плана для образовательного учреждения                                                                        |                                                       |
| Разработка лендинга для образовательного учреждения                                                                                      |                                                       |
| Анализ принципов медиапланирования в интернете                                                                                           |                                                       |

#### 5. Задания для практических занятий

По междисциплинарному курсу профессионального модуля предусмотрены практические занятия с использованием активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, разбора конкретных ситуаций, групповых дискуссий) в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.

| Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)/ лабораторные работы и/или практические занятия | Формируемые компетенции |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|

| 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 2                                                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| <b>Раздел 1. Технология интернет-маркетинга</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | ОК 02; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6 |
| <b>МДК 03.01 Технология интернет-маркетинга</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                       |
| <b>Тема 1.1. Основы маркетинга</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                       |
| Разработка схемы жизненного цикла товаров                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                       |
| <b>Тема 1.3. Инновации в маркетинге</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                       |
| Разработка форм опроса для сайта произвольной компании с целью определения отношения клиентов к ее товарам (услугам) с использованием цифровых технологий и электронной почты клиента                                                                                                                                                                                                      |                                                       |
| Формирование отчета по поиску числа посетителей сайта, используя возможности маркетинговой программы (SerpParser или аналогичной): составьте отчет по поиску числа посетителей сайта предприятия по месяцам и дням, в том числе из разных поисковых систем.                                                                                                                                |                                                       |
| <b>Тема 1.4 Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                       |
| 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                                                                                   |                                                       |
| <b>Тема 1.5. Анализ готовности веб-сайта к продвижению</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                       |
| Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                       |
| Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити)                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                       |
| Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                       |
| Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины.                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                       |
| Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                       |
| <b>Тема 1.6 Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</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.<br>Анализ релевантности составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта, анализ списка ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию |                                                       |
| Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем                                                                                                                                                                                                                                |                                                       |

|                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, проведение анализа проектов. Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа                              |  |
| <b>Тема 1.7. Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет»</b>                                                                                                                                          |  |
| Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях                                                                                                                                                                                                          |  |
| Составление рубрикатора с предоставлением не менее трех тем для каждой рубрики, определение форматов постов и описания требований к ним.<br>Разработка примеров для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление |  |
| Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия                                                                                                                                                                                                     |  |
| Разработка и анализ контент-плана для производственного предприятия                                                                                                                                                                                                 |  |
| <b>Тема 1.8. Создание лендинга</b>                                                                                                                                                                                                                                  |  |
| Разработка лендинга для коммерческого предприятия                                                                                                                                                                                                                   |  |
| Разработка лендинга для производственного предприятия                                                                                                                                                                                                               |  |
| Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет»                                                                                                                                                                                                         |  |
| <b>Тема 1.9 Анализ эффективности в интернет-маркетинге</b>                                                                                                                                                                                                          |  |
| Анализ технологии меток. Анализ результатов маркетинговой активности.                                                                                                                                                                                               |  |
| Анализ производных данных о пользователе                                                                                                                                                                                                                            |  |
| Расчет стоимости рекламной кампании.                                                                                                                                                                                                                                |  |

## **6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**6.1. Для реализации программы профессионального модуля предусмотрены следующие специальные помещения:**

МДК.03.01. Лаборатория «Предпринимательства и интернет – маркетинга»; учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями; помещение для самостоятельной работы; библиотека, читальный зал с выходом в интернет в соответствии с ОП по специальности 38.02.08 «Торговое дело».

УП 03.01. Учебная практика реализуется в мастерской «Учебный магазин» профессиональной образовательной организации с оборудованием, инструментами, расходными материалами, обеспечивающих выполнение всех видов работ, определенных содержанием программы профессионального модуля, отвечающей потребностям отрасли и требованиям работодателей, лаборатории «Предпринимательства и интернет – маркетинга»; учебной аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями; мастерская учебный магазин, оснащенная специализированной мебелью и системой хранения, техническими средствами, демонстрационными учебно-наглядными пособиями; помещение для самостоятельной работы; библиотека, читальный зал с выходом в интернет в соответствии с ОП по специальности 38.02.08 «Торговое дело»

ПП. 03.01. Производственная практика реализуется в организациях торгового профиля, обеспечивающих получение обучающимися практического опыта в профессиональной области 08 Финансы и экономика; 33 Сервис, оказание услуг населению.

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики должно соответствовать содержанию профессиональной деятельности и дать возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем видам деятельности, предусмотренными программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

ПМ. 03.ЭК. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями в соответствии с ОП по специальности 38.02.08 «Торговое дело»

### **6.2. Информационное обеспечение реализации программы**

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

#### **6.2.1. Основные печатные и электронные издания**

1. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568394>

2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва :

Издательство Юрайт, 2023. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16874-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531940>

#### **6.2.2. Дополнительные источники**

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560243>

2. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560797>

3. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535942>

4. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 579 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17868-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565109>

5. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 453 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19116-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561024>

#### **6.3. Обязательное программное обеспечение**

1. Astra Linux Special Edition «Смоленск», «Орел»; РедОС ; ОС "Альт Рабочая станция" 10; ОС "Альт Образование" 10.

2. МойОфис Стандартный 2, МойОфис Образование, Р7-Офис Профессиональный, МойОфис Стандартный 3, МойОфис Профессиональный 3

## 7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

### ПМ.03 «Организация и осуществление интернет-маркетинга»

#### 7.1. Паспорт фонда оценочных средств по профессиональному модулю

Фонд оценочных средств предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших междисциплинарные курсы профессионального модуля ПМ.03 «Организация и осуществление интернет-маркетинга».

Фонд оценочных средств разработан в соответствии с требованием ФГОС СПО 38.02.08 «Торговое дело» и рабочей программой ПМ.03 «Организация и осуществление интернет-маркетинга».

Фонд оценочных средств предназначен для оценки умений, знаний, практического опыта и освоенных компетенций формируемых в результате изучения междисциплинарных курсов профессионального модуля ПМ.03 «Организация и осуществление интернет-маркетинга».

В результате освоения междисциплинарных курсов профессионального модуля ПМ.03 «Организация и осуществление интернет-маркетинга» обучающийся должен:

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Иметь практический опыт | <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>– размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>– размещения 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>– составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.</li> </ul> |
| уметь                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>– документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта;</li> <li>– формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);</li> <li>– выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;</li> <li>– выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;</li> <li>– использовать инструменты для проведения технического аудита;</li> <li>– определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;</li> <li>– составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;</li> <li>– актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";</li> <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 для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;</li> <li>– различать виды текстов;</li> <li>– рассчитывать бюджет на создание лендинга;</li> <li>– писать техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций;</li> <li>– определять СТА для лендингов;</li> <li>– работать с бесплатными сервисами создания лендингов;</li> </ul> |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       | <ul style="list-style-type: none"> <li>– создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, работать с сервисами рассылок;</li> <li>– составлять информационно-аналитические справки; 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>– правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации;</li> <li>– основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;</li> <li>– способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта;</li> <li>– особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;</li> <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>– внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок;</li> <li>– особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;</li> <li>– правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний;</li> <li>– стандарты делового общения в письменной и устной форме;</li> <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>– правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы);</li> <li>– методы обработки текстовой и графической информации;</li> <li>– основы копирайтинга и веб-райтинга;</li> <li>– основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна;</li> <li>– правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;</li> <li>– перечень (количество и названия) рекламных механизмов</li> </ul> |



|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | показа аудитории рекламных сообщений в сети «интернет»;<br>– основы разработки и поддержки сайтов/лендингов;<br>– основы гипертекстовой разметки;<br>– стандарты верстки веб-сайтов;<br>– принципиальные отличия лендингов от сайтов;<br>– сервисы для автоматизации рассылок;<br>– методы обработки текстовой информации и графической информации. |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 7.2 Перечень контролирующих мероприятий для проведения текущего и промежуточного контроля

Перечень контролирующих мероприятий для проведения текущего контроля по междисциплинарным курсам ПМ.03 «Организация и осуществление интернет-маркетинга» представлен в таблице 1.

Таблица 1

| Номер семестра | Текущий контроль |       |                     |        |                        |
|----------------|------------------|-------|---------------------|--------|------------------------|
|                | Тестирование     | Опрос | Практические задачи | Доклад | Формирование портфолио |
| 5-6            | +                | +     | +                   | +      |                        |

Перечень контролирующих мероприятий для проведения промежуточного контроля по междисциплинарным курсам ПМ.03 «Организация и осуществление интернет-маркетинга» представлен в таблице 2.

Таблица 2

| Номер семестра | Промежуточная аттестация |                            |                 |         |
|----------------|--------------------------|----------------------------|-----------------|---------|
|                | Курсовая работа          | Промежуточное тестирование | Зачет с оценкой | Экзамен |
| 6              |                          |                            | +               | +       |

## 7.3 Результаты освоения междисциплинарных курсов, подлежащие оцениванию

### Общие компетенции:

| Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля                                                                                | Критерии оценки                                                                                                                                                                                             | Методы оценки                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности | определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска;<br>структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую | Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике |

|                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                             |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|                                                                                                                                                              | значимость результатов поиска; оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач. |  |
| ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста | грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами, демонстрирует толерантность в рабочем коллективе                                                        |  |

**Профессиональные компетенции:**

| Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля <sup>1</sup>                | Критерии оценки                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Методы оценки                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| ПК 3.1. Определять готовность веб-сайта к продвижению                                                            | <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. Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в | <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</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике |

<sup>1</sup> В ходе оценивания могут быть учтены личностные результаты.

|                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"                                                                 | <p>анализа поисковой выдачи;</p> <p>– актуализирует информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</p> <p>– анализирует собранную информацию и принимает решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;</p> <p>– составляет список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;</p> <p>– анализирует релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;</p> <p>анализирует список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию</p> |                                                        |
| ПК 3.3. Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети Интернет | <p>– определяет маркетинговые стратегии;</p> <p>– составляет SMM-стратегии;</p> <p>– составляет контент-планы;</p> <p>– создает стратегии продвижения;</p> <p>проводит сегментацию целевой аудитории для разных задач и продуктов</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике |
| ПК 3.4. Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество.       | <p>– разрабатывает уникальные торговые предложения;</p> <p>– разрабатывает рекламные модули;</p> <p>– создает стратегии продвижения;</p> <p>– сегментирует целевую аудиторию для разных задач и продуктов;</p> <p>– обосновывает выбор целевой аудитории;</p> <p>создает тексты и рекламные слоганы</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике |
| ПК 3.5. Составлять технические задания в соответствии с требованиями                                               | – создает тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Экспертное наблюдение за выполнением работ на          |

|                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| заказчика.                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>– различает виды текстов;</li> <li>– рассчитывает бюджет на создание лендинга;</li> <li>– составляет техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций;</li> <li>– определяет СТА для лендингов;</li> <li>– работает с бесплатными сервисами создания лендингов;</li> <li>– создает уникальное торговое предложение для определенных задач;</li> </ul> работает с сервисами рассылок. | практике                                               |
| ПК 3.6. Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". | <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 |

#### 7.4 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.

Текущий контроль знаний представляет собой контроль освоения программного материала по междисциплинарным курсам, с целью своевременной коррекции обучения, активизации самостоятельной работы и проверки уровня знаний и умений обучающихся, сформированности компетенций:

| Наименования разделов /МДК профессионального модуля                                  | Типы контрольных заданий |                                            |        |
|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------------------------|--------|
| 1                                                                                    | 2                        |                                            |        |
| Раздел 1. Технология интернет-маркетинга<br>МДК 03.01 Технология интернет-маркетинга | Вопросы к устному опросу | Решение практических задач<br>Тестирование | Доклад |

Промежуточный контроль по междисциплинарным курсам позволяет оценить сформированность компетенций:

| Наименования разделов /МДК профессионального модуля | Типы контрольных заданий |
|-----------------------------------------------------|--------------------------|
|-----------------------------------------------------|--------------------------|

|                                                                                      |                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
|                                                                                      |                    |
| 1                                                                                    | 2                  |
| Раздел 1. Технология интернет-маркетинга<br>МДК 03.01 Технология интернет-маркетинга | Вопросы к экзамену |

#### 7.4.1. Комплект оценочных средств для текущего контроля

Текущий контроль знаний представляет собой контроль освоения программного материала междисциплинарного курса, с целью своевременной коррекции обучения, активизации самостоятельной работы и проверки уровня знаний и умений обучающихся, сформированности компетенций. Результаты текущего контроля заносятся в журналы учебных занятий.

Формы текущего контроля знаний:

- устный опрос;
- тестирование;
- практические задания;
- написание докладов.
- Проработка конспекта лекций и учебной литературы осуществляется студентами в течение всего семестра, после изучения новой темы.

Защита практических работ по типам контрольных заданий производится студентом в день их выполнения в соответствии с планом-графиком.

Преподаватель проверяет правильность выполнения практических работ студентом, контролирует знание студентом пройденного материала с помощью контрольных вопросов или тестирования.

#### Вопросы для текущего контроля знаний (устный опрос)

##### Раздел 1 Технология интернет-маркетинга МДК 03.01 Технология интернет-маркетинга

**Формируемые компетенции - ОК 02, ПК. 3.1, ПК. 3.2, ПК. 3.3, ПК. 3.4, ПК. 3.5, ПК. 3.6**

1. Процесс управления маркетингом, основные этапы, проблемы реализации. Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке.
2. Организация службы маркетинга на предприятии.
3. Маркетинговая среда предприятия в рыночной экономике.
4. Основные факторы микросреды функционирования фирмы.
5. Основные факторы макросреды функционирования фирмы.
6. Жизненный цикл товаров: основные стадии.
7. Продвижение товаров и услуг.
8. Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу.
9. Основные клиенты интернет-маркетинга.
10. Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей.
11. Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы.
12. Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности.
13. Новые решения для рекламы: Digital Signage, Indoor TV.

14. Информационные системы управления опытом потребителей.
15. Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа.
16. Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта.
17. Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности.
18. Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов.
19. Основы письменной деловой коммуникации использования инструментов для проведения технического аудита. Правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации.
20. Основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин.
21. Способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта.
22. Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов.
23. Организация правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний, стандартов делового общения в письменной и устной форме, особенностей функционирования современных поисковых машин.
24. Анализ правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта.
25. Правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы).
26. Методы обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и веб-райтинга.
27. Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения.
28. Концепция продвижения, цели и задачи продвижения.
29. Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования, структура.
30. Конструкторы для создания «landing page».
31. Концепции эффективности в интернет-маркетинге.
32. Методы измерения в интернете.
33. Методы идентификации посетителей.
34. Измерение эффективности интернет-маркетинга.
35. Анализ рекламной компании по стоимости клиентов и конверсии.

### **Примерная тематика докладов**

#### **Раздел 1 Технология интернет-маркетинга**

##### **МДК 03.01 Технология интернет-маркетинга**

***Формируемые компетенции - ОК 02, ПК. 3.1, ПК. 3.2, ПК. 3.3, ПК. 3.4, ПК. 3.5, ПК. 3.6***

1. Традиционные инструменты интернет-маркетинга
2. Особенности интернет-рынка
3. Цифровые каналы коммуникации в маркетинге
4. Особенности поведения потребителей в цифровой среде
5. Развитие цифрового маркетинга на маркетплейсах
6. Актуальные направления развития SMM
7. Обзор рыночных возможностей маркетплейсов
8. Формы продаж в интернете.

9. Современные технологии в электронном бизнесе.
10. Правило «золотого сечения» в построении контента.
11. Партнерский маркетинг в интернете.
12. Построение воронки продаж для интернет-магазина
13. Расчет стоимости привлечения клиента в интернете
14. Сервисы для создания и продвижения лендингов
15. Возможности и функции Яндекс.Директа и Google Ads
16. СРА-маркетинг
17. Конкурс среди подписчиков как инструмент лидогенерации
18. Нейросети как инструмент генерации контента.
19. Использование мессенджеров для продвижения компании
20. Особенности поведения потребителей в соответствии с теорией поколений

### Примерный перечень практических задач

#### Раздел 1 Технология интернет-маркетинга МДК 03.01 Технология интернет-маркетинга

**Формируемые компетенции - ОК 02, ПК. 3.1, ПК. 3.2, ПК. 3.3, ПК. 3.4, ПК. 3.5, ПК. 3.6**

#### Задание 1

Оцените спрос в поисковых системах на входные двери в Самарской области, используя сервис статистики поисковых запросов Яндекса.

#### Задание 2

В таблице приведена статистика по запросу «входные двери». Используя эти данные, проведите анализ и заполните таблицу:

| Запросы                               | Количество | Тип запроса | Частотность |
|---------------------------------------|------------|-------------|-------------|
| входные двери                         | 579 944    |             |             |
| купить входную дверь                  | 174 630    |             |             |
| двери входные металлические           | 152 293    |             |             |
| входные двери +в квартиру             | 72 699     |             |             |
| входные двери цена                    | 58 346     |             |             |
| входные двери +в дом                  | 49 886     |             |             |
| входные двери частный                 | 47 480     |             |             |
| установка входной двери               | 44 764     |             |             |
| пластиковые двери входные             | 41 563     |             |             |
| дверь входная металлическая<br>купить | 39 748     |             |             |
| входная дверь +в частный дом          | 29 287     |             |             |
| входные двери дверной                 | 27 977     |             |             |
| железная дверь входная                | 19 128     |             |             |
| входные двери +с терморазрывом        | 15 795     |             |             |
| замок +для входной двери              | 15 309     |             |             |
| какая входная дверь                   | 11 943     |             |             |
| входные деревянные двери              | 10 809     |             |             |
| со входной дверью                     | 7 535      |             |             |
| входные двери спб                     | 6 369      |             |             |
| дверь входная уличная                 | 5 123      |             |             |
| ручка +для входной двери              | 4 847      |             |             |
| входные двери недорого                | 2 340      |             |             |
| размеры входных дверей                | 1 147      |             |             |

|                                           |        |  |  |
|-------------------------------------------|--------|--|--|
| лучшие входные двери                      | 13 979 |  |  |
| входная дверь +своими руками              | 742    |  |  |
| входная дверь со стеклом                  | 195    |  |  |
| ремонт входных дверей                     | 148    |  |  |
| дверь входная металлическая цена          | 999    |  |  |
| уплотнитель входной двери                 | 654    |  |  |
| входные двери отзывы                      | 12 425 |  |  |
| дверь входная бу                          | 210    |  |  |
| авито двери входные                       | 11 892 |  |  |
| входная дверь +в квартиру<br>купить       | 623    |  |  |
| шумоизоляция входной двери                | 1 394  |  |  |
| входные двери фото                        | 1 328  |  |  |
| установка металлических<br>входных дверей | 1 314  |  |  |
| замена входной двери                      | 1 102  |  |  |
| поменять входную дверь                    | 36     |  |  |

### Задание 3

Изучите сообщество Вконтакте Самарского БКК, оцените показатели охвата и вовлеченности. Рассчитайте те же показатели для одного из конкурентов компании.

### Задание 4

Оцените рентабельность рекламной кампании в социальных сетях, сделайте выводы. В таблице приведены данные по результатам:

| Инструменты | Показы | Клики | CTR, % | Лиды |
|-------------|--------|-------|--------|------|
| Вконтакте   | 12 000 | 120   | 1      | 6    |
| Инста       | 14 000 | 200   | 1,4    | 4    |
| Телеграм    | 5 000  | 100   | 2      | 15   |

Цена реализуемого продукта составляет 5 000 руб., рентабельность продаж 10%.

### Задание 5

Оцените показатели эффективности контент-маркетинга, сравните два сообщества и сделайте выводы. Используйте данные таблицы:

| Параметры                        | Наш бизнес | Конкурент |
|----------------------------------|------------|-----------|
| Количество подписчиков           | 982        | 1226      |
| Количество публикаций            | 135        | 106       |
| Лайки                            | 1542       | 1408      |
| Комментарии                      | 278        | 115       |
| Републикации                     | 56         | 42        |
| Количество отзывов о компании    | 305        | 427       |
| Количество положительных отзывов | 180        | 175       |
| Количество нейтральных отзывов   | 15         | 67        |

### Задание 6

На странице сайта интернет-магазина в течение трех месяцев был размещен рекламный баннер. Стоимость размещения составила 72 тыс. руб. За весь период количество кликов составило 1500. Число посетителей, перешедших на рекламируемый сайт - 1407, из них зарегистрировались на сайте - 26, совершил покупку - 1. Рассчитайте показатели CPC, CPV, CPA, CPS.



### *Задание 7*

Рассчитать показатель CTR, если известно, что тестовый показ баннера на рекламной площадке с объемом 5000 показов обеспечил 75 кликов. Охарактеризовать факторы, оказывающие влияние на этот показатель.

Определить коэффициент осведомленности (AW), если известно, что: объем целевой аудитории составляет 170000 чел., охват, достигнутый в ходе рекламной кампании, составляет 39000 уникальных пользователей. Дать экономическое объяснение полученному результату. Охарактеризовать факторы, влияющие на коэффициент осведомленности.

### *Задание 8*

Рассчитать «эффективность контакта» (CON) по результатам рекламной кампании, если известно, что: количество показов рекламного 27 баннера составило 150000 показов, – средний CTR – 0,9 %, прирост посетителей сайта – 780 уникальных посетителей.

### *Задание 9*

Проведите расчет эффективности медийной рекламы, используя показатели AD exposure (количество показов), AD reach (количество показов рекламы уникальным пользователям), AD frequency (среднее количество показов уникальному пользователю) для сайта, если главная страница с баннером загружается 53291 раз в день. Согласно счетчику 17000 обращений происходит от уникальных посетителей.

### *Задание 10*

Контекстная реклама привлекла на сайт 100 посетителей. Консалтинговая компания заплатила за это 200 рублей, только 15 из них отправили форму обратной связи со своими контактами. Рассчитайте показатель CPL.

## **Примерный перечень тестовых заданий**

### **Раздел 1 Технология интернет-маркетинга МДК 03.01 Технология интернет-маркетинга**

#### **Формируемые компетенции - ОК 02, ПК. 3.1, ПК. 3.2, ПК. 3.3, ПК. 3.4, ПК. 3.5, ПК. 3.6**

1. Что такое поисковая оптимизация сайта? Укажите правильное определение.
  - работа с сайтом и внешними факторами, влияющими на сайт, которая с некоторой долей вероятности приводит к тому, что сайт виден в выдаче поисковой машины определенным пользователям, использующим эту поисковую машину;
  - действия, которые производит поисковый оптимизатор с целью гарантированного вывода продвигаемого сайта в ТОП-10 Яндекса и Google
  - инструмент интернет-маркетинга, который используется для гарантированного увеличения трафика из поисковых систем на продвигаемый сайт
  - мошенническая деятельность поисковых оптимизаторов с целью незаконного выманивания денег у владельцев сайтов
2. Создание интересного контента, с целью получения максимального количества ссылок на материал — это...
  - Копирайтинг.
  - Линкбилдинг.
  - Линкбейтинг.
  - Рерайтинг.
3. Контактные аудитории - это:

- субъекты, которые могут оказать влияние на способность предприятия достигать поставленных целей
- субъекты, которые непосредственно входят в контакт с предприятием и поставляют ему товары
- субъекты, которые непосредственно контактируют с предприятием, покупая его товары
- все ответы верны

4. Какие дополнительные рекламные цели кампании важны, если Вы хотите, чтобы о Вашей компании узнало, как можно больше людей?

- Охват и конверсии
- Вовлеченность и лидогенерация
- Охват и вовлеченность
- Вовлеченность, сообщения и охват

5. Вирусный характер продвижения означает (выберите один ответ):

- пользователи сами распространяют информацию
- компания платит пользователям за распространение информации
- компания размещает информацию в сообществах
- компания размещает информацию в социальных сетях

6. Ретаргетинг - это:

- рекламная механика, позволяющая обратиться с предложением пользователям, которые посещали сайт
- реклама в интернете
- реклама в социальных сетях
- инструмент продвижения в блогах

7. Преимущества интернет-маркетинга (выберите один ответ):

- целевая ориентация и таргетинг
- мониторинг в реальном времени
- точная оценка эффективности
- все ответы верны

8. Структура интернет-продвижения - это:

- сочетание различных инструментов и каналов интернет-продвижения
- совокупность дополняющих друг друга мероприятий, распределенных во времени
- анализ, планирование, реализация и контроль маркетинговых коммуникаций в интернете
- организация отдела интернет-маркетинга

9. CPC - модель оплаты рекламы за:

- клик
- показы
- просмотры
- действие

10. Сервис веб-аналитики:

- Телеграм
- Яндекс Метрика
- Google Ads
- Яндекс Директ

11. Сервис контекстной рекламы:

- Twitter
- Яндекс Метрика
- Google Ads
- РСЯ

12. Хороший текст для сайта:

- содержит много ключевых слов
- содержит несколько тысяч знаков
- написан для поисковых ботов
- написан для людей

13. CTR - это:

- модель оплаты рекламы за тысячу показов
- модель оплаты рекламы за клик
- показатель, отражающий отношение числа кликов к числу показов
- показатель, отражающий отношение числа показов к числу кликов

14. Bounce rate - это:

- показатель отказов
- показатель привлечения посетителей на сайт
- метрика эффективности рекламы
- метрика эффективности интернет-маркетинга

15. CPM – это:

- модель оплаты рекламы за тысячу показов
- модель оплаты рекламы за клик
- показатель, отражающий отношение числа кликов к числу показов
- показатель, отражающий отношение числа показов к числу кликов

16. Социальные медиа - это:

- блоги
- социальные сети
- сайты обмена фото и видео
- все ответы верны

17. Устаревший способ продвижения в социальных сервисах:

- использование сайтов-закладок
- продвижение в микроблогах
- продвижение в pinterest
- контекстная реклама

18. Инфлюенсер – это:

- лидер мнений
- авторитетное лицо для целевой аудитории
- блогер с определенной аудиторией подписчиков
- все ответы верны

19. Преимущество контекстной рекламы:

- целевой характер
- формирование имиджа компании

- небольшие затраты
- широкий выбор сервисов

20. Ошибка продвижения в социальных сетях:

- тематика, не соответствующая интересам аудитории
- неактивное сообщество
- низкая частота публикации контента
- все ответы верны

21. Какие способы сегментации пользователей в Интернете доступны:

- гендерная сегментация
- сегментация по интересам
- сегментация по возрастным группам
- все ответы верны

22. Какая из приведенных социальных сетей ориентирована на профессиональную аудиторию:

- Одноклассники
- Телеграм
- Вконтакте
- LinkedIn

23. Что представляет собой посадочная страница?

- одностраничный сайт
- карточка товара в интернет-магазине
- страница, на которой посетитель может оставить заявку
- нет верного ответа

24. Таргетинг – это:

- новый термин в интернет-маркетинге
- способ разделения аудитории на группы
- выбор целевых групп по заданным критериям для демонстрации рекламного сообщения
- все ответы верны

25. Что относится к метатегам:

- ключевые слова
- описание (description)
- заголовок (title)
- все ответы верны

### **Критерии и шкалы оценивания текущего контроля**

#### **Критерии и шкала оценивания (устный опрос)**

| <b>Оценка</b>    |                 |                            |                              |
|------------------|-----------------|----------------------------|------------------------------|
| <b>«отлично»</b> | <b>«хорошо»</b> | <b>«удовлетворительно»</b> | <b>«неудовлетворительно»</b> |

|                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                         |                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Тема раскрыта в полном объеме, высказывания связанные и логичные, использована научная лексика, приведены примеры. Ответы даны в полном объеме. | Тема раскрыта не в полном объеме, высказывания в основном связанные и логичные, использована научная лексика, приведены примеры. Ответы на вопросы даны не в полном объеме. | Тема раскрыта недостаточно, высказывания несвязанные и нелогичные. Научная лексика не использована, не приведены примеры. Ответы на вопросы зависят от помощи со стороны преподавателя. | Тема не раскрыта. Логика изложения, примеры, выводы и ответы на вопросы отсутствуют. |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|

### Критерии и шкала оценивания (выполнение практических задач)

| Оценка                                                     |                                                            |                                                        |                            |
|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|----------------------------|
| «отлично»                                                  | «хорошо»                                                   | «удовлетворительно»                                    | «неудовлетворительно»      |
| По решению задачи дан правильный ответ и развернутый вывод | По решению задачи дан правильный ответ, но не сделан вывод | По решению задачи дан частичный ответ, не сделан вывод | Задача не решена полностью |

### Критерии и шкала оценивания (доклады)

| Оценка    | Критерии оценки доклада                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| «отлично» | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Соблюдение формальных требований к докладу</li> <li>2. Грамотное и полное раскрытие темы;</li> <li>3. Самостоятельность в работе над докладом (использование докладов из сети Интернет запрещается).</li> <li>4. Умение работать с учебной, профессиональной литературой.</li> <li>5. Умение работать с периодической литературой.</li> <li>6. Умение обобщать, делать выводы.</li> <li>7. Умение оформлять библиографический список к докладу в соответствие с требованиями ГОСТ Р 7.1. - 2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».</li> <li>8. Соблюдение требований к оформлению доклада.</li> <li>9. Умение кратко изложить основные положения доклада при его защите.</li> <li>10. Иллюстрация защиты доклада презентацией.</li> </ol> |
| «хорошо»  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Соблюдение формальных требований к докладу</li> <li>2. Грамотное и полное раскрытие темы;</li> <li>3. Самостоятельность в работе над докладом (использование докладов из сети Интернет запрещается).</li> <li>4. Умение работать с учебной, профессиональной литературой.</li> <li>5. Умение работать с периодической литературой.</li> <li>6. Не полно обобщен и сделан вывод.</li> <li>7. Не точно оформлен библиографический список к докладу в</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

|                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                              | <p>соответствие с требованиями ГОСТ Р 7.1. - 2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».</p> <p>8. Не полно соблюдены требования к оформлению доклада.</p> <p>9. Не четко сформированы краткие основные положения доклада при его защите.</p> <p>10. Иллюстрация защиты доклада презентацией.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>«удовлетворительно»</b>   | <p>1. Соблюдение формальных требований к докладу</p> <p>2. Грамотное и полное раскрытие темы;</p> <p>3. Самостоятельность в работе над докладом (использование докладов из сети Интернет запрещается).</p> <p>4. Не полно изучены учебная, профессиональная литература.</p> <p>5. Не полно изучена периодическая литература.</p> <p>6. Не обобщены и не конкретизированы выводы.</p> <p>7. Не точно оформлен библиографический список к докладу в соответствие с требованиями ГОСТ Р 7.1. - 2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».</p> <p>8. Не соблюдены требования к оформлению доклада.</p> <p>9. Не четко сформированы краткие основные положения доклада при его защите.</p> <p>10. Иллюстрация защиты доклада презентацией отсутствует</p> |
| <b>«неудовлетворительно»</b> | Доклад не представлен по соответствующим критериям оценивания                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

#### **Критерии и шкала оценивания (тестирование)**

| <b>Число правильных ответов</b> | <b>Оценка</b>                |
|---------------------------------|------------------------------|
| 90-100% правильных ответов      | Оценка «отлично»             |
| 70-89% правильных ответов       | Оценка «хорошо»              |
| 51-69% правильных ответов       | Оценка «удовлетворительно»   |
| Менее 50% правильных ответов    | Оценка «неудовлетворительно» |

#### **7.4.2. Комплект оценочных средств для промежуточной аттестации**

##### **Примерные вопросы к экзамену по модулю**

##### **Раздел 1 Технология интернет-маркетинга**

##### **МДК 03.01 Технология интернет-маркетинга**

***Формируемые компетенции - ОК 02, ПК. 3.1, ПК. 3.2, ПК. 3.3, ПК. 3.4, ПК. 3.5, ПК. 3.6***

1. Факторы микро и макросреды функционирования фирмы.
2. Цели и задачи интернет-маркетинга и его преимущества для различных групп пользователей
3. Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности.

4. Информационные системы управления опытом потребителей.
5. Сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта.
6. Юзабилити веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности.
7. Основы оптимизации веб-сайта. Способы корректировки внутренних и внешних ошибок веб-сайта.
8. Составление списка ключевых слов и словосочетаний и функционирование современных поисковых машин.
9. Правила формирования основных тегов. Методы обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и веб-райтинга.
10. Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения.
11. Концепция продвижения, цели и задачи продвижения.
12. Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования, структура.
13. Конструкторы для создания «landing page».
14. Показатели эффективности интернет-маркетинга
15. Анализ рекламной компании по стоимости клиентов и конверсии.

### Критерии и шкалы оценивания промежуточной аттестации

#### Шкала и критерии оценки (экзамен)

| Отлично                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Хорошо                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Удовлетворительно                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Неудовлетворительно                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Полно раскрыто содержание вопросов билета;<br>2. Материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, правильно используется терминология;<br>3. Показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации;<br>4. Продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность умений и знаний;<br>5. Ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов. | 1. Ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом может иметь следующие недостатки:<br>2. В изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа;<br>3. Допущены один - два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию экзаменатора;<br>4. Допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию экзаменатора. | 1. Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала.<br>2. Имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов;<br>3. При неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность умений и знаний. | 1. Содержание материала не раскрыто.<br>2. Ошибки в определении понятий, не использовалась терминология в ответе. |