

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ОП.09. Интернет - маркетинг»

2025 г

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Общая характеристика	
1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	
1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины.....	
2. Структура и содержание ДИСЦИПЛИНЫ	
2.1. Трудоемкость освоения дисциплины	
2.2. Содержание дисциплины	
2.3. Курсовой проект (работа)	
3. Условия реализации ДИСЦИПЛИНЫ	
3.1. Материально-техническое обеспечение	
3.2. Учебно-методическое обеспечение	
4. Контроль и оценка результатов освоения ДИСЦИПЛИНЫ.....	

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Интернет - маркетинг»

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Интернет-маркетинг является вариативной частью общепрофессионального цикла образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.08 Торговое дело.

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

Результаты освоения дисциплины соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленными в матрице компетенций выпускника (п. 4.3 ОПОП-П).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам. ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности. ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде. ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом	уметь: - выявлять технические ошибки в работе веб-сайта; - документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта; - формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити); - выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов; - выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины; - использовать инструменты для проведения технического аудита; - определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче; - составлять список ключевых слов и	- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов; - основы веб-технологии; - основы веб-дизайна; - основы компьютерной грамотности; - методы обработки текстовой информации; - правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов; - основы письменной деловой коммуникации - использовать инструменты для проведения технического аудита; - правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации; - основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;	

особенностей социального и культурного контекста. ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках. Профессиональные компетентности: ПК 3.7 Составлять аналитические отчеты по продажам, в том числе с применением программных продуктов.	словосочетаний для анализа поисковой выдачи; - актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; - анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины; - составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; - анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта; - анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию; - определять маркетинговые стратегии; - составлять smm-стратегии; - составлять контент-планы; - создавать стратегии продвижения; - сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; - разрабатывать уникальные торговые предложения; - разрабатывать рекламные модули;	- способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта; - особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; - особенности функционирования современных поисковых машин; - правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта; - внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок; - особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; - правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний; - стандарты делового общения в письменной и устной форме; - особенности функционирования современных поисковых машин; - правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого	
--	--	--	--

	- создавать стратегии продвижения; - сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; - обосновывать выбор целевой аудитории; - создавать тексты и рекламные слоганы; - создавать тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций; - различать виды текстов; - рассчитывать бюджет на создание лендинга; - писать техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций; - определять СТА для лендингов; - работать с бесплатными сервисами создания лендингов; - создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, работать с сервисами рассылок; - составлять информационно-аналитические справки; - оформлять отчетные документы.	- поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта; - правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы); - методы обработки текстовой и графической информации; - основы копирайтинга и веб-райтинга; - основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна; - правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов; - перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «интернет»; - особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа; - основы разработки и поддержки сайтов/лендингов; - основы гипертекстовой разметки; - стандарты верстки веб-сайтов; - принципиальные отличия лендингов от сайтов; - сервисы для автоматизации рассылок; - методы обработки текстовой информации и	
--	---	---	--

		графической информации.	
--	--	-------------------------	--

1.3. Обоснование часов вариативной части ОПОП-П

№№ п/п	Дополнительные знания, умения, навыки (если указаны ПК)	№, наименование темы	Объем часов	Обоснование включения в рабочую программу
	- выявлять технические ошибки в работе веб-сайта; - документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта; - формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити); - выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов; - выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины; - использовать инструменты для проведения технического аудита; - определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче; - составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи; - актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; - анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;	Тема 1. Основы маркетинга Тема 2. Определение и характеристики интернет-маркетинга Тема 3. Инновации в маркетинге Тема 4. Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге Тема 5. Анализ готовности веб-сайта к продвижению Тема 6. Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Тема 7. Разработка стратегии проведения контекстно-	78	По запросу работодателей целью формирования у студентов комплекса компетенций по использованию инструментов интернет-маркетинга при продвижении товара/услуги/бренда, анализе рынка и конкурентной среды для обеспечения стабильного развития и устойчивого роста предприятия, за счет повышения его узнаваемости и увеличении продаж в интернет среде.

- составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; - анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта; - анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию; - определять маркетинговые стратегии; - составлять smm-стратегии; - составлять контент-планы; - создавать стратегии продвижения; - сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; - разрабатывать уникальные торговые предложения; - разрабатывать рекламные модули; - создавать стратегии продвижения; - сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; - обосновывать выбор целевой аудитории; - создавать тексты и рекламные слоганы; - создавать тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций; - различать виды текстов; - рассчитывать бюджет на создание лендинга; - писать техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций; - определять СТА для лендингов; - работать с бесплатными сервисами создания лендингов;	медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет» Тема 8. Организация и проведение рекламных кампаний в социальных медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество Тема 9. Создание лендинга		
--	---	--	--

- создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, работать с сервисами рассылок; - составлять информационно-аналитические справки; - оформлять отчетные документы. В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать: - основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов; - основы веб-технологии; - основы веб-дизайна; - основы компьютерной грамотности; - методы обработки текстовой информации; - правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов; - основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита; - правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации; - основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; - способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта; - особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; - особенности функционирования современных поисковых машин; - правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;			
---	--	--	--

- внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок; - особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; - правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний; - стандарты делового общения в письменной и устной форме; - особенности функционирования современных поисковых машин; - правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта; - правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы); - методы обработки текстовой и графической информации; - основы копирайтинга и веб-райтинга; - основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна; - правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов; - перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «интернет»; - особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа;			
--	--	--	--

- основы разработки и поддержки сайтов/лендингов; - основы гипертекстовой разметки; - стандарты верстки веб-сайтов; - принципиальные отличия лендингов от сайтов; - сервисы для автоматизации рассылок; - методы обработки текстовой информации и графической информации.			
--	--	--	--

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

Наименование составных частей дисциплины	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	66	34
<i>Курсовая работа (проект)</i>		
Самостоятельная работа/консультация	4	
Промежуточная аттестация в <i>форме экзамен</i>	6	
Всего	76	34

2.2 Содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций, формируемых которыми способствует элемент программы
Тема 1. Основы маркетинга	Содержание учебного материала Процесс управления маркетингом (сегментирование рынка, позиционирование товара на рынке, организация службы маркетинга). Маркетинговая среда (Основные факторы микросреды функционирования фирмы. Основные факторы макросреды функционирования фирмы). Жизненный цикл товаров. Продвижение товаров.	2	ОК 01, 02, 04, 05
Тема 2. Определение и характеристики интернет-маркетинга	Содержание учебного материала Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу. Основные клиенты интернет-маркетинга. Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы. Практическое занятие № 1 Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей. Практическое занятие № 2 Анализ сервисов поисковых систем, маркетинговых программ.	2	ОК 01, 02, 04, 05, 09 ОК 01, 02, 04, 05 ОК 01, 02, 04, 05, 09
Тема 3. Инновации в маркетинге	Содержание учебного материала Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности. Новые решения для рекламы: Digital Signage, Indoor TV. Информационные системы управления опытом потребителей. Практическое занятие № 3 Разработка форм опроса для сайта производственной компании с целью определения отношения клиентов к ее товарам (услугам) с использованием цифровых технологий и электронной почты клиента. Практическое занятие № 4 Формирование отчета по поиску числа посетителей сайта, используя возможности маркетинговой программы (SegParser или аналогичной): составьте отчет по поиску числа посетителей сайта предприятия по месяцам и дням, в том числе из разных поисковых систем.	2	ОК 01, 02, 04, 05, 09 ПК 3.7 ОК 01, 02, 04, 05, 09 ПК 3.7

Тема 4. Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге	Содержание учебного материала Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа. Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта.			2	ОК 01, 02, 04, 05, 09	
	Практическое занятие № 5 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.			2	ОК 01, 02, 04, 05, 09	
	Тема 5. Анализ готовности веб-сайта к продвижению	Содержание учебного материала Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб- технологий, веб- дизайна, компьютерной грамотности. Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов, основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита. Правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации. Основ оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. Способов корректировки внутренних ошибок веб-сайта.			4	ОК 01, 02, 04, 05, 09
		Практическое занятие № 6 Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование.			2	ОК 01, 02, 04, 05, 09 ПК 3.7
		Практическое занятие № 7 Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити).				ОК 01, 02, 04, 05, 09 ПК 3.7
		Практическое занятие № 8 Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов.			2	ОК 01, 02, 04, 05, 09 ПК 3.7
	Практическое занятие № 9 Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины.			ОК 01, 02, 04, 05, 09 ПК 3.7		
		Практическое занятие № 10 Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита.			2	ОК 01, 02, 04, 05, 09 ПК 3.7
Тема 6. Анализ интернет-	Содержание учебного материала Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых				ОК 01, 02, 04, 05, 09	

пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов. Организация правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний, стандартов делового общения в письменной и устной форме, особенностей функционирования современных поисковых машин. Анализ правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта, правил формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы), методов обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и веб-рейтинга.	4	
	Практическое занятие № 11 Анализ практических ситуаций на определение факторов, влияющих на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче. Составление списка ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи.		ОК 01, 02, 04, 05, 09 ПК 3.7
	Практическое занятие № 12 Анализ практических ситуаций на актуализацию информации о поведении пользователей веб-сайтов и заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», анализ собранной информации и принятие решения о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины.	2	ОК 01, 02, 04, 05, 09 ПК 3.7
	Практическое занятие № 13 Анализ практических ситуаций по составлению списка ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин.		ОК 01, 02, 04, 05, 09
	Практическое занятие № 14 Анализ релевантности составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта, анализ списка ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию.	2	ОК 01, 02, 04, 05, 09
	Практическое занятие № 15 Создание информационных материалов методического характера.		ОК 01, 02, 04, 05, 09
	Практическое занятие № 16 Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.	2	ОК 01, 02, 04, 05, 09

Тема 7. Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет»	Практическое занятие № 17 Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов). в соответствии с заданием, проведение анализа проектов.	2	ОК 01, 02, 04, 05, 09
	Практическое занятие № 18 Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа.	2	ОК 01, 02, 04, 05, 09 ПК 3.7
	Содержание учебного материала Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения. Концепция продвижения, цели и задачи продвижения. Целевая аудитория, модели поведения аудитории и методы влияния на нее. Понятие «социальная сеть». общие принципы работы виртуальных социальных сетей. SMM-стратегия, методы измерения эффективности, методы создания контента. Стратегия продаж через «блогосферу». Понятие и значение контент-плана в интернет-маркетинге. Виды контент-планов. Содержание контент-плана.	4	ОК 01, 02, 04, 05, 09
	Практическое занятие № 19 Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях.	2	ОК 01, 02, 04, 05, 09
Тема 8. Организация и проведение рекламных кампаний в социальных медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество	Практическое занятие № 20 Составление рубрикатора с предоставлением не менее трех тем для каждой рубрики, определение форматов постов и описания требований к ним.	2	ОК 01, 02, 04, 05, 09
	Практическое занятие № 21 Разработка примеров для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление.	2	ОК 01, 02, 04, 05, 09
	Практическое занятие № 22 Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия.	4	ОК 01, 02, 04, 05, 09
	Содержание учебного материала Изучение перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет». Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа. Анализ рекламных модулей, уникальных торговых предложений, рассылок. Практическое занятие № 23 Разработка уникальных торговых предложений.	2	ОК 01, 02, 04, 05, 09 ПК 3.7
	Практическое занятие № 24 Разработка рекламных модулей.		ОК 01, 02, 04, 05, 09, ПК 3.7

Тема 9. Создание лендинга	Практическое занятие № 25 Разработка стратегии продвижения товара.	2	ОК 01. 02. 04, 05. 09. ПК 3.7
	Практическое занятие № 26 Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара.		ОК 01. 02. 04, 05. 09. ПК 3.7
	Содержание учебного материала Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования, структура. Конструкторы для создания «landing page».	4	ОК 01. 02. 04, 05. 09
	Практическое занятие № 27 Разработка лендинга для коммерческого предприятия.	2	ОК 01. 02. 04, 05. 09. ПК 3.7
консультация Экзамен Всего	Практическое занятие № 28 Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет».		ОК 01. 02. 04, 05. 09. ПК 3.7
			4
			6
			76

2.3. Курсовой проект (работа) не предусмотрено

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинет Финансовой грамотности, оснащенный в соответствии с приложением 3 ОПОП-П.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Интернет-маркетинг: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.]. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт. — 301 с. — (Профессиональное образование).

2. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт. 2022. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491722>

3.2.2. Дополнительные источники:

1. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе / Л. П. Гаврилов. — М. : Юрайт, 2023.

2. Гаврилов, Л. П. Основы электронной коммерции и бизнеса / Л. П. Гаврилов. — М. : Юрайт, 2023.

3. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] : под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455587>

4. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 1-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450907>

5. Основы коммерческой деятельности : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 506 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452612>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Умения: - выявлять технические ошибки в работе веб-сайта; - документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта; - формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити); - выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;	Устный и письменный опрос Тестирование

- выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины; - использовать инструменты для проведения технического аудита; - определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче; - составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи; - актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; - анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины; - составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; - анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта; - анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию; - определять маркетинговые стратегии; - составлять smm-стратегии; - составлять контент-планы; - создавать стратегии продвижения; - сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; - разрабатывать уникальные торговые предложения; - разрабатывать рекламные модули; - создавать стратегии продвижения; - сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; - обосновывать выбор целевой аудитории; - создавать тексты и рекламные слоганы; - создавать тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций; - различать виды текстов; - рассчитывать бюджет на создание лендинга; - писать техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций; - определять СТА для лендингов; - работать с бесплатными сервисами создания лендингов; - создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, работать с сервисами рассылок; - составлять информационно-аналитические справки; - оформлять отчетные документы.	Оценка правильности решения ситуационных задач Проверка выполнения практических Заданий Выполнение экзаменационных заданий
<i>Знания:</i>	
- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов; - основы веб-технологии; - основы веб-дизайна; - основы компьютерной грамотности; - методы обработки текстовой информации; - правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов; - основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита;	Устный и письменный опрос Тестирование Оценка правильности решения

- правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации; - основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; - способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта; - особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; - особенности функционирования современных поисковых машин; - правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта; - внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок; - особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; - правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний; - стандарты делового общения в письменной и устной форме; - особенности функционирования современных поисковых машин; - правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта; - правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы); - методы обработки текстовой и графической информации; - основы копирайтинга и веб-райтинга; - основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна; - правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов; - перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «интернет»; - особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа; - основы разработки и поддержки сайтов/лендингов; - основы гипертекстовой разметки; - стандарты верстки веб-сайтов; - принципиальные отличия лендингов от сайтов; - сервисы для автоматизации рассылок; - методы обработки текстовой информации и графической информации.		ситуационных задач Проверка выполнения практических Заданий Выполнение экзаменационных заданий
Результаты (освоенные общие и профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	Практический опыт и умения организовывать деятельность по выполнению профессиональных задач. Выбор и применение способов решения профессиональных задач в области управления.	Оценка эффективности и качества выполняемой самостоятельной работы.
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации	Эффективный поиск необходимой информации, работа на ПК, использование Интернет-ресурсов.	Оценка эффективности использования информации.

информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	Использование различных источников, включая электронные.	Наблюдение за деятельностью обучающегося в ходе выполнения практических заданий.
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.	Эффективность работы в коллективе, команде, общения с преподавателем.	Контроль выполнения практических заданий, решение ситуационных задач.
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.	Осуществляет устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.	Текущий контроль выполнения практических заданий. Наблюдение за деятельностью обучающегося в ходе решения ситуационных задач.
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	Пользуется профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	Текущий контроль выполнения практических заданий. Наблюдение за деятельностью обучающегося в ходе решения ситуационных задач.
ПК 3.7 Составлять аналитические отчеты по продажам, в том числе с применением программных продуктов.	Составляет аналитические отчеты по продажам, в том числе с применением программных продуктов.	- выполнение практических работ; - экзамен

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП

Сертификат 42050279359779253213008452138721925187139459965

Владелец Бочкарева Елена Еварестовна

Действителен с 26.02.2025 по 26.02.2026