

Министерство образования и молодежной политики Свердловской области
Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
Свердловской области
«Камышловский гуманитарно-технологический техникум»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.09 ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

для специальности СПО
38.02.08. «Торговое дело»
Форма обучения – очная
Срок обучения 2 года 10 месяцев
Уровень освоения: базовый
Профиль получаемого профессионального
образования: естественнонаучный

Камышлов, 2024

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 38.02.08. «Торговое дело» (утвержденного Приказом Минпросвещения России от 19 июля 2023 г. No548)

Разработчик: Чуркина Лариса Владимировна – преподаватель государственного автономного профессионального образовательного учреждения Свердловской области «Камышловский гуманитарно-технологический техникум»

Рассмотрена на заседании предметной (цикловой) комиссии педагогических работников профессиональных дисциплин ГАПОУ СО «КГТТ»

Председатель ПЦК  Е.В.Чудинова

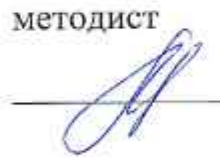
СОГЛАСОВАНО:

Заместитель директора по УПР

 Н.А.Польдяева

СОГЛАСОВАНО:

методист

 Л.А. Цытыркина

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ОП. 09 ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины ОП. 09 Интернет-маркетинг является вариативной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Рабочая программа разработана в отношении разноназлогической учебной группы обучающихся, имеющих документально подтвержденные нарушения слуха, зрения, опорно-двигательного аппарата, соматические заболевания и поддающиеся коррекции нервно-психические нарушения или сочетанные нарушения.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:

В результате освоения данной учебной дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями, включающими в себя способность:

Общие компетенции:

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 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.

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен 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 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.

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 сообщаемого 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 УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.09 ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	<i>Объем часов</i>
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	78
в том числе:	
Теоретические занятия	28
Практические занятия	40
Самостоятельная работа	-
Консультации	-
Промежуточная аттестация в форме экзамена	6

2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.08 Интернет-маркетинг

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций, формируемых в которых способствуем 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.	2	ОК 01, 02, 04, 05, 09
	Практическое занятие № 1 Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей.	2	ОК 01, 02, 04, 05
	Практическое занятие № 2 Анализ сервисов поисковых систем, маркетинговых программ.	2	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.	2	ОК 01, 02, 04, 05, 09
	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.	2	ОК 01, 02, 04, 05, 09 ПК 3.7
	Практическое занятие № 4 Формирование отчета по поиску числа посетителей сайта, используя возможности маркетинговой программы (SetParser 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

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-технологии, 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-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Содержание учебного материала Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов. Организация правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний, стандартов делового общения в письменной и устной форме, особенностей функционирования современных поисковых машин. Анализ правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта, правил формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы), методов обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и веб-рейтинга.	4	ОК 01, 02, 04, 05, 09
	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.	2	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.		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.	2	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.	2	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.		ОК 01, 02, 04, 05, 09
	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
Тема 7. Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет»	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.		ОК 01, 02, 04, 05, 09
	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.		ОК 01, 02, 04, 05, 09
	Практическое занятие № 22 Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия.	2	ОК 01, 02, 04, 05, 09
Тема 8. Организация и проведение рекламных кампаний в	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.	4	ОК 01, 02, 04, 05, 09

социальных медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество	Практическое занятие № 23 Разработка уникальных торговых предложений.	2	ОК 01, 02, 04, 05, 09 ПК 3.7
	Практическое занятие № 24 Разработка рекламных модулей.	2	ОК 01, 02, 04, 05, 09, ПК 3.7
	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.	4	ОК 01, 02, 04, 05, 09, ПК 3.7
Тема 9. Создание лендинга	Содержание учебного материала Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования, структура. Конструкторы для создания «landing page».	2	ОК 01, 02, 04, 05, 09, ПК 3.7
	Практическое занятие № 27 Разработка лендинга для коммерческого предприятия.	2	ОК 01, 02, 04, 05, 09, ПК 3.7
	Практическое занятие № 28 Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет».	2	ОК 01, 02, 04, 05, 09, ПК 3.7
Экзамен		6	
Всего		78	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины ОП.08 Интернет-маркетинг требует наличия учебного кабинета Интернет-маркетинг.

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методического обеспечения дисциплины «Логистика»;

- специальные места (первые столы в ряду у окна и в среднем ряду для лиц с нарушением зрения и слуха, а для обучающихся с нарушением опорно-двигательного аппарата – первые 2 стола в ряду у дверного проема).

Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением;
- наличие звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для обучающихся с нарушением слуха;
- проекционный экран, при использовании которого обеспечивается равномерное их освещение и отсутствие световых пятен повышенной яркости для обучающихся с нарушением зрения;
- ноутбук для приема-передачи учебной информации в доступных формах для обучающихся с нарушением опорно-двигательного аппарата.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

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>

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>

6. <https://urait.ru/> - Образовательная платформа «Юрайт».

3.3 Особенности обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья

В целях реализации рабочей программы дисциплины ОП.08 Интернет-маркетинг созданы и совершенствуются специальные условия с учетом нозологий обучающихся: для лиц с нарушениями зрения предусмотрена возможность обучения с использованием инструментария, представленного в печатной форме увеличенным шрифтом и в форме электронного документа, для лиц с нарушениями слуха, нарушениями опорно-двигательного аппарата — в печатной форме, в форме электронного документа. При наличии запросов обучающихся с расстройством аутистического спектра (РАС), нервно-психическими расстройствами (НПР), нарушениями опорно-двигательного аппарата или по рекомендации педагога-психолога для представления учебного материала создаются контекстные индивидуально ориентированные мультимедийные презентации.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ справочного, учебного, просветительского материала обеспечиваются следующие условия:

Для слабовидящих обучающихся используются:

1) специальные учебники (в электронной форме): созданные на основе учебников для обучающихся, не имеющих ограничений по возможностям здоровья, но отвечающие особым образовательным потребностям слабовидящих и имеющие учебно-методический аппарат, адаптированный под зрительные возможности слабовидящих;

2) индивидуальные дидактические материалы и наглядные пособия, выполненные с учетом типологических и индивидуальных зрительных возможностей слабовидящих обучающихся;

3) печатная информация представляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается (т.е. чтение не заменяется пересказом), так же, как и записи на доске;

4) обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;

5) предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

Компенсация затруднений сенсомоторного и интеллектуального развития слабослышащих лиц с ОВЗ проводится за счет:

- исключения повышенного уровня шума на уроке и внеурочном мероприятии;
- акцентирования внимания на значимости, полезности учебной информации для профессиональной деятельности;
- многократного повторения ключевых положений учебной информации;
- подачи материала на принципах мультимедиа;
- максимального снижения зрительных нагрузок при работе на компьютере (подбор индивидуальных настроек экрана монитора, дозирование и чередование зрительных нагрузок с другими видами деятельности, использование программных средств для увеличения изображения на экране; работы с помощью клавиатуры, использование «горячих» клавиш и др.);
- регулярного применения упражнений на совершенствование темпа переключения внимания, его объема и устойчивости;

Информативность и комфортность восприятия учебного материала на уроке обеспечивается за счет его алгоритмизации по параметрам:

- психотерапевтическая настройка;
- аудиальные стимулы к восприятию (объяснение, вопросы, просьбы повторить сказанное; четкие доступные указания, разъяснения, пояснения; контекстный аудиофон и др.);
- визуальные стимулы к восприятию (учебники, пособия, опорные конспекты, схемы, слайды РР-презентации, иные наглядные материалы);
- кинестетические стимулы к восприятию (конспектирование, дополнение, маркирование опорного конспекта, тесты с выбором варианта ответа, жестовый выбор, запись домашнего задания, вещественное моделирование, поисковые задания, выполняемые индивидуально с использованием ноутбуков и др.);
- активные методы обучения (проблемные вопросы, дискуссии, деловые и ролевые игры, практические работы; использование метапредметных связей, связи с практикой и др.);
- организованные паузы для обеспечения здоровья и сохранения.

Для слабослышащих обучающихся используются:

1) индивидуальные дидактические материалы и наглядные пособия, выполненные с учетом особенностей психофизического развития обучающегося с нарушением слуха, состояния моторики, зрения, наличия других дополнительных нарушений.

При наличии запросов обучающихся с нарушением слуха для представления учебного материала создаются контекстные индивидуально ориентированные мультимедийные презентации.

Для адаптации к восприятию обучающимися с нарушенным слухом справочного, учебного, просветительского материала обеспечиваются следующие условия:

- звуковая справочная информация о расписании учебных занятий дублируется визуальной информацией на сайте колледжа, на доске объявлений;

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (например, слово «звонок» пишется на доске);

- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);

- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам;

- педагог не повышает резко голос, повторяет сказанное по просьбе обучающегося, использует жесты;

- перед тем как давать объяснение новых профессиональных терминов, педагог проводит словарную работу, разбирая смысловое значение каждого слова с обязательной личносно ориентированной обратной связью с обучающимися;

- ведется запись сложной для восприятия информации, включающей в себя номер, правило, инструкцию, формулу, сложный термин, адрес и т.п.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих обучающихся проводится за счет:

- фиксации педагогов на собственной артикуляции;

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;

- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, устного опроса, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий с учетом особенностей психофизического развития обучающегося инвалида или лица с ОВЗ.

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений и знаний.

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; - 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;	Устный и письменный опрос Тестирование Оценка правильности решения ситуационных задач Проверка выполнения практических Заданий Выполнение экзаменационных заданий

- 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.	
Знания: - основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов; - основы веб-технологии; - основы веб-дизайна; - основы компьютерной грамотности; - методы обработки текстовой информации;	Устный и письменный опрос Тестирование Оценка правильности решения ситуационных задач Проверка выполнения практических

- 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 сообщаемого 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»;	Заданий Выполнение экзаменационных заданий
--	--

- 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.	
---	--

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 информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	Эффективный поиск необходимой информации, работа на ПК, использование Интернет-ресурсов. Использование различных источников, включая электронные.	Оценка эффективности использования информации. 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	Пользуется профессиональной документацией на	Текущий контроль выполнения практических заданий. Наблюдение за

языках.	государственном и иностранном языках.	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

5.ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ

№ п/п	№ пункта рабочей программы	Дата внесения изменений и дополнений	До внесения изменений и дополнений	После изменений и дополнений	Дата и № протокола рассмотрения цикловой комиссией	Дата и № протокола рассмотрения методическим советом/ педагогическим советом
1						
2						

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП

Сертификат 359040073915316482112313993369613528402878580864

Владелец Бочкарева Елена Еварестовна

Действителен с 28.02.2024 по 27.02.2025