

**Комитет образования, науки и молодежной политики Волгоградской области  
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
«Волгоградский колледж ресторанного сервиса и торговли»**

УТВЕРЖДАЮ

Директор колледжа

САМОХВАЛОВ С. В.


« 23 / октября » 2023

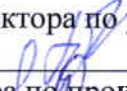

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ 04 «Организация и осуществление интернет-маркетинга»**

по специальности 38.02.08 Торговое дело

**Волгоград 2023**

РАССМОТРЕНО на заседании  
кафедры Профессионального цикла  
Протокол № 3 от 20.10.  
Заведующая кафедрой  
 Л.В. Веденева

ОДОБРЕНО  
Заместитель директора по учебной работе  
 А.М. Тазов.  
Заместитель директора по производственному  
обучению  
 Н.В. Николаева  
«23» октября 2023 г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело базовой подготовки.

Организация-разработчик: государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Волгоградский колледж ресторанного сервиса и торговли»

Составители:  
преподаватель ГБПОУ «Волгоградский колледж ресторанного сервиса и торговли»  
Гусакова Наталья Владимировна

## СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	4
<b>2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	6
<b>3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	7
<b>4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	15
<b>5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)</b>	16
<b>6. ВОСПИТАНИЕ И СОЦИАЛИЗАЦИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ В РАМКАХ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	20

# **1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

## **«ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)»**

### **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа профессионального модуля (далее рабочая программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности **38.02.08. Торговое дело** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Организация и осуществление интернет-маркетинга** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

Нормативную правовую основу разработки программы составляют:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказ Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
- Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих, утвержденный Постановлением Минтруда РФ от 21 августа 1998 г. N 37
- Постановление Правительства Российской Федерации от 15 августа 2013 г. № 706 «Об утверждении правил оказания платных образовательных услуг
- Приказ Минтруда России от 12 апреля 2013 г. № 148н «Об утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов».
- Устав образовательного учреждения.

Актуальность программы обусловлена развитием цифровизации и сети Интернет. Интернет-маркетинг на сегодняшний день весьма востребован, так как без эффективной рекламы развитие бизнеса затруднительно. Важно уметь грамотно использовать рекламные механизмы, таргетинг, ориентируясь не на всех пользователей сети Интернет, а на целевую аудиторию.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профобразовании в программах повышения квалификации и переподготовки по специальности Торговое дело в части организации и осуществлении интернет-маркетинга.

Уровень образования: среднее (полное) общее; профессиональное образование). Опыт работы не обязателен.

### **1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля**

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

**иметь практический опыт:**

- выявления потребности целевой аудитории;
- выявления требований целевых групп потребителей;
- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- анализа поисковой выдачи;
- анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи;
- анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
- размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
- размещения медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-

телекоммуникационной сети «Интернет»;

составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории  
разработки лендинга;

**уметь:**

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;

писать тексты для рекламных модулей, постов, лендингов, e-mail рассылок

составлять алгоритм и проводить исследование поведения потребителя и целевой группы в социальных медиа

составлять аналитические справки по результатам исследования конкурентов, целевых групп, информационного поля

выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;

составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;

разрабатывать способы привлечения пользователей сообществ;

работать с бесплатными сервисами создания лендингов;

создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, работать с сервисами рассылок.

**знать:**

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 критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний;

стандарты делового общения в письменной и устной форме;

особенности функционирования современных поисковых машин;

особенность функционирования интернета с позиции реализации товаров;

основные направления рекламной деятельности;

основные термины и понятия интернет-маркетинга;

маркетинговые стратегии;

каналы маркетинговых коммуникаций в интернете;

особенности функционирования социальных медиа;

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;

**1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

всего – 396 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 312 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 274 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 28 часов;

учебной практики – 72 часа.

промежуточная аттестация - 12

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля ПМ 04 «Организация и осуществление интернет-маркетинга» является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности управление ассортиментом товаров, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование общих компетенций
<b>ОК 01</b>	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
<b>ОК 02</b>	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
<b>ОК 04</b>	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
<b>ОК 05</b>	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
<b>ОК 08</b>	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности
<b>ОК 09</b>	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках
<b>ПК 3.1</b>	Определять готовность веб-сайта к продвижению
<b>ПК 3.2</b>	Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»
<b>ПК 3.3</b>	Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки
<b>ПК 3.4</b>	Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество
<b>ПК 3.5</b>	Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика
<b>ПК 3.6</b>	Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	Объем профессионального модуля, ак. час.						
			Обучение по МДК					Практики	
			Всего	В том числе					
				Лабораторных. и практических. занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятел ьная работа	Промежуточная аттестация	Учебная	Производственная
1	2	3	5	6	7	8	9	10	11
ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09	Раздел 1. Технология интернет-маркетинга	302	274	108	-	28	-	-	-
	Учебная практика	72	-	-	-	-	-	72	-
	Консультация	10	-	-	-	-	-	-	-
	Промежуточная аттестация	12	-	-	-				-
	<b>Всего:</b>	<b>396</b>	<b>274</b>	<b>108</b>	<b>-</b>	<b>28</b>	<b>12</b>	<b>72</b>	<b>-</b>

## 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 / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды ПК, ОК
1	2	3	4
		Обязат. часть ОП	
<b>Раздел 1. Технология интернет-маркетинга</b>		<b>396</b>	
<b>МДК.03.01 Технология интернет-маркетинга</b>		<b>312</b>	
<b>Тема 1.1. Основы маркетинга</b>	<b>Содержание</b>	<b>16</b>	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09
	1. Процесс управления маркетингом. (сегментирование рынка, позиционирование товара на рынке, организация службы маркетинга)		
	2. Маркетинговая среда (Основные факторы микросреды функционирования фирмы. Основные факторы макросреды функционирования фирмы.)		
	3. Жизненный цикл товаров		
	4. Продвижение товаров		
<b>Тема 1.2. Определение характеристики интернет-маркетинга</b>	<b>Содержание</b>	<b>16</b>	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09
	1. Понятие Интернет-маркетинга. Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу. Место и значение курса в системе подготовки специалиста по информации и коммуникации.		
	2. Основные клиенты интернет-маркетинга. Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей		
	3. Интернет как массовое явление современной жизни. Актуальность и привлекательность использования интернета основные достоинства и недостатки. Основные этапы развития сети интернет.		



	Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы		
<b>Тема 1.3. Специалисты по интернет-маркетингу. Маркетинговые службы.</b>	<b>Содержание</b>	<b>16</b>	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09
	<b>1.</b> Интернет-маркетологи – виды специалистов, обязанности, функции и компетенции. Состав маркетинговых служб на предприятии.		
	<b>2.</b> Компетенции smm-менеджера. Задачи smm-менеджера Виды специализации smm-специалистов		
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4</b>	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	<b>Практическое занятие 1.</b> Подбор команды, контроль сотрудников, штат или аутсорс		
	<b>Практическое занятие 2.</b> Формирование резюме интернет-специалиста		
<b>Тема 1.4 Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет</b>	<b>Содержание</b>	<b>14</b>	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09
	Классификация современных методов продвижения продукции и услуг в Интернете Традиционные и инновационные способы маркетинговых коммуникаций в сети Интернет		
	Мотивы и объекты маркетинговых коммуникаций в сети Интернет		
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4</b>	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6,
	Взаимосвязь маркетинг-микс и маркетинговых коммуникаций Категории маркетинговых коммуникаций в сети Интернет Свойства электронных массовых коммуникаций		
<b>Тема 1.5. Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге</b>	<b>Содержание</b>	<b>16</b>	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09
	<b>1.</b> Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа.		
	<b>2.</b> Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта.		
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>10</b>	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	<b>Практическое занятие 3.</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 1.6.</b> <b>Анализ готовности веб-сайта к продвижению</b>	<b>Содержание</b>	<b>20</b>	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09
	<b>1.</b> Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности		
	<b>2.</b> Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов, основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита		
	<b>3.</b> Правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации. Основ оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. Способов корректировки внутренних ошибок веб-сайта	<b>16</b>	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	<b>В том числе практических занятий</b>		
	<b>Практическое занятие 4.</b> Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование		
	<b>Практическое занятие 5.</b> Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити)		
	<b>Практическое занятие 6.</b> Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов		
	<b>Практическое занятие 7.</b> Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины		
	<b>Практическое занятие 8.</b> Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита		
<b>Тема 1.7.</b> <b>Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной</b>	<b>Содержание</b>	<b>20</b>	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09
	<b>1.</b> Мировые тенденции развития интернет-маркетинга и особенности его развития в русскоязычной части сети. Новые направления интернет-маркетинга, изменения в восприятии информации аудиторией интернета: капсуляция интересов и увлечений, огруппление мышления, предпочтение визуальному контенту		
	<b>2.</b> Значение и особенности социальных сообществ, их влияние на аудиторию.		

сети «Интернет»	3. Социальные сети. Аудитория социальных сетей. Достоинства и недостатки приверженности социальным сетям. Порталы и блогеры.		
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>24</b>	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	<b>Практическое занятие 9.</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.		
	<b>Практическое занятие 10.</b> Разбор специфики социальных сетей, особенности, поведенческие нюансы аудиторий.		
	<b>Практическое занятие 11.</b> Отличия аккаунтов от групп, группы от страниц. Преимущества тех и других. Выбор подходящего направления в конкретных случаях.		
	<b>Практическое занятие 12.</b> Анализ релевантности составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта, анализ списка ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию		
	<b>Практическое занятие 13.</b> Создание информационных материалов методического характера		
	<b>Практическое занятие 14.</b> Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем		
	<b>Практическое занятие 15.</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.		
	<b>Практическое занятие 16.</b> Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, проведение анализа проектов.		
	<b>Практическое занятие 17.</b> Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа		
Тема 1.7. Разработка стратегии проведения контекстно-	<b>Содержание</b>	<b>18</b>	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04,
	<b>1.</b> Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения. Концепция продвижения, цели и задачи		

медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет»	продвижения. Целевая аудитория, модели поведения аудитории и методы влияния на нее		ОК 05, ОК 08, ОК 09
	2. Понятие «социальная сеть», общие принципы работы виртуальных социальных сетей. SMM-стратегия, методы измерения эффективности, методы создания контента. Стратегия продаж через «блогосферу»		
	3. Понятие и значение контент-плана в интернет-маркетинге. Виды контент-планов. Содержание контент-плана		
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>20</b>	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	Практическое занятие 18. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях		
	Практическое занятие 19. Составление рубрикатора с предоставлением не менее трех тем для каждой рубрики, определение форматов постов и описания требований к ним		
Тема 1.8 Организация и проведение рекламных кампаний в социальных медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество	Практическое занятие 20. Разработка примеров для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление		
	Практическое занятие 21. Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия		
	<b>Содержание</b>	<b>16</b>	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09
	1. Изучение перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет»		
	2. Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа		
	3. Анализ рекламных модулей, уникальных торговых предложений, рассылок		
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>18</b>	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6
	Практическое занятие 22. Разработка уникальных торговых предложений.		
Тема 1.9. Создание лендинга	Практическое занятие 23. Разработка рекламных модулей.		
	Практическое занятие 24. Разработка стратегии продвижения товара.		
	Практическое занятие 25. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара		
	<b>Содержание</b>	<b>14</b>	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6,
	1. Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования,		

	структура.	12	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09
	2. Конструкторы для создания «landing page».		
	<b>В том числе практических занятий</b>		
	<b>Практическое занятие 26.</b> Разработка лендинга для коммерческого предприятия		
	<b>Практическое занятие 24.</b> Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет»		
<b>Самостоятельная работа</b> Актуальность и привлекательность использования интернета в торговле. Исследование SMM – значение в продаже продовольственных товаров через интернет-магазины. Изучить социальные сети, порталы и блоги – как средства реализации продовольственных товаров. Составить контент-план для продвижения продовольственных товаров через сеть Интернет. Провести опрос в Google-форме для формирования покупательских предпочтений Составление технологии эффективных сопутствующих продаж Составить тайм-менеджмент онлайн-консультанта Изучить значение социальных сетей как современного средства коммуникации» Составить презентацию «Типы поведения покупателей» Изучить вопросы «Как говорить и как избегать «НЕТ» Подготовить доклад на тему: «Применение смайлов в E-mail-рассылке» Практика в написании продающих текстов. Копирайтинг для сайтов, лендингов, рекламных объявлений.		28	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09
<b>Учебная практика</b> <b>Виды работ</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта.</li> <li>2. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.</li> <li>3. Анализ поисковой выдачи.</li> <li>4. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи.</li> <li>5. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</li> <li>6. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении.</li> <li>7. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из</li> </ol>		72	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09

<p>поисковых систем.</p> <p>8. Определение стратегии продвижения в социальных сетях.</p> <p>9. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p> <p>10. Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p> <p>11. Разработка лендинга.</p> <p>12. Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.</p> <p>13. Цифровая компетентность. Способы поиска информации. Безопасное поведение в сети Интернет.</p> <p>14. Проведение мониторинга информационного поля конкурентов.</p> <p>15. Выявление целевой аудитории и характеристик потребителей.</p> <p>16. Освоение алгоритма разработки контент стратегии продвижения продовольственных товаров в сети Интернет.</p> <p>17. Создание маркетинговой стратегии с нуля и до реализации.</p> <p>18. Анализ интернет-блогов и форумов.</p> <p>19. Анализ социальных сетей.</p> <p>20. Создание аккаунта в социальных сетях.</p> <p>21. Работа с персональным брендом в соцсетях.</p> <p>22. Написание различных видов постов, создание инфографики.</p>		
<b>Консультации</b>	<b>10</b>	
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>12</b>	
<b>Всего</b>	<b>396</b>	

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов:  
коммерческой деятельности;  
мастерских:  
интернет-маркетинг.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

мультимедийное оборудование;  
персональные компьютеры.

Технические средства обучения:

мультимедийное оборудование (проектор, экран, компьютер);  
бесперебойное подключение к сети Интернет;  
персональные компьютеры для каждого обучающегося.

#### **3.2. 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.

##### **3.2.1. Основные печатные и 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. PR в сфере коммерции: учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. И. М. Синяевой. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 298 с. — (Среднее профессиональное образование). — ISBN 978-5-9558-0614-3. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1018359> (дата обращения: 18.06.2022). — Режим доступа: по подписке.

##### **3.2.2. Дополнительные источники**

1. Ашманов, И. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах / И. Ашманов. СПб.: Питер, 2021.

2. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе / Л. П. Гаврилов. — М.: Юрайт, 2021.

3. Гаврилов, Л. П. Основы электронной коммерции и бизнеса / Л. П. Гаврилов. — М.: Юрайт, 2021.

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

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1. Определять готовность веб-сайта к продвижению	<p>выявляет технические ошибки в работе веб-сайта;</p> <p>документирует выявленные ошибки в работе веб-сайта;</p> <p>формулирует предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);</p> <p>выявляет технические преимущества веб-сайтов конкурентов;</p> <p>выявляет особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;</p> <p>использует инструменты для проведения технического аудита</p>	<p>Устный / письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p> <p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.</p>
ПК 3.2. Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	<p>определяет факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;</p> <p>составляет список ключевых слов и словосочетаний для 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</p>	<p>Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.</p> <p>Экспертная оценка использования</p>



	слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта; анализирует список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию	обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.
ПК.3.3. Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки	определяет маркетинговые стратегии; составляет SMM-стратегии; составляет контент-планы; создает стратегии продвижения; проводит сегментацию целевой аудитории для разных задач и продуктов	Экспертная оценка создания и представления презентаций.
ПК 3.4. Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество;	разрабатывает уникальные торговые предложения; разрабатывает рекламные модули; создает стратегии продвижения; сегментирует целевую аудиторию для разных задач и продуктов; обосновывает выбор целевой аудитории; создает тексты и рекламные слоганы	Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.
ПК 3.5. Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика	создает тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций; различает виды текстов; рассчитывает бюджет на создание лендинга; составляет техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций; определяет СТА для лендингов; работает с бесплатными сервисами создания лендингов; создает уникальное торговое предложение для определенных задач; работает с сервисами рассылок.	Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.  Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в
ПК 3.6. Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	составляет информационно-аналитические справки; оформляет отчетные документы.	
ОК 01 Выбирать способы решения задач	распознает, анализирует задачу и/или проблему в	

<p>профессиональной деятельности применительно к различным контекстам</p>	<p>профессиональном и/или социальном контексте; выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p>	<p>коллективе.</p> <p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– на практических занятиях</li> <li>– при выполнении работ на различных этапах учебной практики;</li> <li>– при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.</li> </ul>
<p>ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности</p>	<p>определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска; структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую 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.</p>	
<p>ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде</p>	<p>демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды; в ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ</p>	
<p>ОК 05 Осуществлять устную и письменную</p>	<p>грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на</p>	

коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	государственном языке в соответствии с установленными правилами, демонстрирует толерантность в рабочем коллективе	
ОК 08 Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	применяет рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности; пользуется средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной профессии (специальности)	
ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы; участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывает и объясняет свои действия; пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.	

## 6. ВОСПИТАНИЕ И СОЦИАЛИЗАЦИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ В РАМКАХ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Воспитание в рамках урочной деятельности обучающихся ГБПОУ «Волгоградский колледж ресторанного сервиса и торговли» нацелено на персонализацию процесса и всестороннее личностное развитие обучающихся.

Воспитание и социализация обучающихся по специальности СПО 38.02.05. «Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров» реализуется в соответствии с Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 года №273-ФЗ (в редакции от 31 июля 2020 года), распоряжением Правительства Российской Федерации от 29 мая 2015 г. №996-р «Об утверждении Стратегии развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года»; распоряжением Правительства Российской Федерации от 12 ноября 2020 г. №2946-р «Об утверждении плана мероприятий по реализации в 2021 – 2025 годах Стратегии развития воспитания в

Российской Федерации на период до 2025 года»

Целью воспитания и социализации обучающихся является формирование гармонично развитой высоконравственной личности, разделяющей российские традиционные духовные ценности, обладающей актуальными знаниями и умениями, способной реализовать свой потенциал в условиях современного общества, готовой к мирному созиданию и защите Родины.

Главной задачей является создание организационно-педагогических условий в части воспитания, личностного развития и социализации обучающихся специальности 38.02.05. «Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров», с учетом получаемой квалификации, на основе соблюдения непрерывности процесса воспитания в сфере образования.

Воспитание обучающихся направлено на «развитие личности, создание условий для самоопределения и социализации обучающихся на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в российском обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства, формирование у обучающихся чувства патриотизма, гражданственности, уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, закону и правопорядку, человеку труда и старшему поколению, взаимного уважения, бережного отношения к культурному наследию и традициям многонационального народа Российской Федерации, природе и окружающей среде».

**Требования к личностным результатам с учетом особенностей специальности  
38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров**

Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)	Код личностных результатов реализации программы воспитания
<b>Портрет выпускника СПО</b>	
Осознающий себя гражданином и защитником великой страны.	<b>ЛР 1</b>
Готовый использовать свой личный и профессиональный потенциал для защиты национальных интересов России.	<b>ЛР 2</b>
Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России.	<b>ЛР 3</b>
Принимающий семейные ценности своего народа, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания.	<b>ЛР 4</b>
Принимающий цели и задачи научно-технологического, экономического, информационного развития России, готовый работать на их достижение.	<b>ЛР 6</b>
Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость.	<b>ЛР 7</b>
Признающий ценность непрерывного образования, ориентирующийся в изменяющемся рынке труда, избегающий безработицы; управляющий собственным профессиональным развитием; рефлексивно оценивающий собственный жизненный опыт, критерии личной успешности.	<b>ЛР 8</b>
Уважающий этнокультурные, религиозные права человека, в том числе с особенностями развития; ценящий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности».	<b>ЛР 9</b>

Принимающий активное участие в социально значимых мероприятиях, соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России; готовый оказать поддержку нуждающимся.	ЛР 10
Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.	ЛР 12
Способный в цифровой среде использовать различные цифровые средства, позволяющие во взаимодействии с другими людьми достигать поставленных целей; стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа».	ЛР 13
Способный ставить перед собой цели под возникающие жизненные задачи, подбирать способы решения и средства развития, в том числе с использованием цифровых средств; содействующий поддержанию престижа своей профессии и образовательной организации.	ЛР 14
Способный генерировать новые идеи для решения задач цифровой экономики, перестраивать сложившиеся способы решения задач, выдвигать альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов; позиционирующий себя в сети как результативный и привлекательный участник трудовых отношений.	ЛР 15
Способный искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств; предупреждающий собственное и чужое деструктивное поведение в сетевом пространстве	ЛР 16
Осознающий значимость системного познания мира, критического осмысления накопленного опыта.	ЛР 18
Развивающий творческие способности, способный креативно мыслить.	ЛР 19
Способный в цифровой среде проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающей информации.	ЛР 20
Препятствующий действиям, направленным на ущемление прав или унижение достоинства (в отношении себя или других людей).	ЛР 25
Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп.	ЛР 26
Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.	ЛР 27
Вступающий в конструктивное профессионально значимое взаимодействие с представителями разных субкультур.	ЛР 28
Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д.	ЛР 29
Гармонично, разносторонне развитый, активно выражающий отношение к преобразованию общественных пространств, промышленной и технологической эстетике предприятия, корпоративному дизайну, товарным знакам.	ЛР 31
Оценивающий возможные ограничители свободы своего профессионального выбора, predetermined психологическими особенностями или состоянием здоровья, мотивированный к сохранению здоровья в процессе профессиональной деятельности.	ЛР 32
Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий.	ЛР 33
Мотивированный к освоению функционально близких видов профессиональной деятельности, имеющих общие объекты (условия, цели) труда, либо иные схожие характеристики.	ЛР 34
Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.	ЛР 36
<b>Личностные результаты</b>	
<b>реализации программы воспитания, определенные субъектом Российской Федерации</b>	
Осознающий культурное наследие региона, готовый его сохранять, поддерживать и	ЛР 37

развивать для формирования положительного имиджа региона.	
Жизнестойкий и адаптивный человек, готовый активно участвовать в развитии отрасли торговли и общественного питания региона, вне зависимости от глобальной неопределенности и стремительных изменений в общественной жизни.	<b>ЛР 38</b>
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями</b>	
Многопрофильный специалист с коммуникативными способностями, творческим подходом к труду, эмоционально уравновешенный, устойчивый к стрессовым ситуациям и преданный общему делу.	<b>ЛР 39</b>
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектами образовательного процесса</b>	
Принимающий роль наставляемого, который через взаимодействие с наставником и при его помощи и поддержке решает конкретные жизненные, личные и профессиональные задачи, приобретая новый опыт и развивая новые навыки и компетенции, а так же выступающий в роли наставника, имеющего успешный опыт в достижении жизненного, личного и профессионального результата, готового и компетентного поделиться опытом и навыками, необходимыми для стимуляции и поддержки процессов самореализации и самосовершенствования наставляемого.	<b>ЛР 40</b>

Педагогическое сопровождение профессионального выбора обеспечивается разнообразными способами:

- освоением профессионального цикла,
- экскурсиями на предприятия,
- встречами с профессионалами и их мастер-классами, и др.

Вовлечение родителей в коллегиальные формы управления воспитанием, организацию профориентационно-значимого общения коллектива обучающихся с родителями как носителями трудового опыта и корпоративной культуры.

**Реализация преподавателем воспитательного потенциала учебного занятия предполагает следующее:**

- Установление доверительных отношений между способствующих позитивному восприятию требований и просьб, привлечению их внимания к обсуждаемой на занятии информации, активизации их познавательной деятельности;

- побуждение подростков соблюдать на уроке общепринятые нормы поведения, правила общения со старшими и сверстниками, принципы учебной дисциплины и самоорганизации;

- привлечение внимания обучающихся к ценностному аспекту изучаемых на занятиях явлений, организация их работы с получаемой на занятии социально значимой информацией – инициирование ее обсуждения, высказывания обучающимися своего мнения по ее поводу, выработки своего к ней отношения;

- использование воспитательных возможностей содержания учебной дисциплины через демонстрацию примеров ответственного, гражданского поведения, проявления человеколюбия и добросердечности, через подбор соответствующих текстов для чтения, задач для решения, проблемных ситуаций для обсуждения в группе;

- применение на уроке интерактивных форм работы обучающихся: интеллектуальных игр, стимулирующих познавательную мотивацию; дидактического театра; дискуссий; групповой работы или работы в парах, которые учат обучающихся командной работе и взаимодействию с другими детьми;

- включение в занятие игровых процедур, которые помогают поддержать мотивацию подростков к получению знаний, налаживанию позитивных межличностных отношений в группе, помогают установлению доброжелательной атмосферы во время занятия;

- организация наставничества одних обучающихся над другими по их обоюдному согласию с целью освоения интересующих обоих областей знания, дающего обучающимся социально значимого опыта сотрудничества и взаимной помощи;

- инициирование и поддержка исследовательской деятельности обучающихся в рамках реализации ими индивидуальных и групповых исследовательских проектов, что даст им возможность приобрести навык самостоятельного решения теоретической проблемы, навык генерирования и оформления собственных идей, навык уважительного отношения к чужим идеям, оформленным в работах других исследователей, навык публичного аргументирования и отстаивания своей точки зрения.

Профессиональное развитие реализуется через совместные формы взаимодействия, но носят индивидуальный личностно-развивающий характер. Профессиональное развитие предоставляет возможности обучающимся:

- попробовать свои силы в выбранной или иной профессии, развивать в себе соответствующие навыки;

- совместное с преподавателем отработка практических занятий на базе предприятия, изучение интернет-ресурсов, посвященных выбору профессий, прохождение профориентационного онлайн-тестирования, прохождение онлайн курсов по интересующим специальностям и направлениям образования;

- участие в работе всероссийских профориентационных проектов, участие в мастер-классах, посещение открытых уроков;

- индивидуальные консультации специалистов для обучающихся и их родителей по вопросам склонностей, способностей, дарований и иных индивидуальных особенностей подростков, которые могут иметь значение в процессе выбора ими профессии;

- освоение обучающимися основ профессии в рамках, включенных в образовательную программу курсов и мероприятий.

#### **Требования к условиям реализации воспитания**

- диагностика актуального состояния и индивидуально-личностного развития обучающихся;
- диагностика профессионально-личностного развития;
- оказание помощи в профессиональном выборе обучающихся;
- определении своих возможностей, исходя из способностей, склонностей, интересов, состояния здоровья (включая обучающихся с ОВЗ, инвалидностью); этнокультурных особенностей и социальной ситуации;

- своевременное выявление и оказание психолого-педагогической помощи в преодолении трудностей в учебной деятельности, межличностных отношениях (со сверстниками, педагогами, родителями и т.д.), адаптации на рабочем месте при прохождении производственной практики;

- профилактика вредных привычек и правонарушений;

- оказание обучающимся консультационной и психологической помощи в ситуациях семейных трудностей и неблагополучия;

- оказание психолого-педагогической помощи, консультирование и поддержка родителей (законных представителей) по вопросам воспитания.