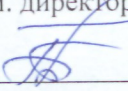


ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ
ЗИМИНСКИЙ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫЙ ТЕХНИКУМ

СОГЛАСОВАНО:

Зам. директора по УПР

 О.В. Бекетова

« 19 » сентября 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ГБПОУ ИО ЗЖДТ



О.В. Скуратова

2024 г.

СОГЛАСОВАНО:

Директор ООО «ТД ЛЕАН»



Е.Ф. Аринкина

« 19 » сентября 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
по профессиональному модулю
ПМ.04 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

подготовки специалистов среднего звена

38.02.08 Торговое дело

Зима, 2024

Рабочая программа учебной и производственной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 38.02.08 торговое дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15.05.2014 N 539, зарегистрировано в Минюсте России (22.09.2023 N 74906), приказа Министерства образования и науки РФ от 19.07.2023 г. № 548 «Об утверждении положения о практике студентов осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования» и Положения об организации учебной и производственной практики государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения Иркутской области «Зиминский железнодорожный техникум», утвержденного приказом ГБПОУ ИО ЗЖДТ от 31.08.2015 г. № 26 –ос.

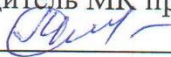
Разработчик:

Монид Ирина Давыдовна, мастер производственного обучения ГБПОУ ИО «Зиминский железнодорожный техникум»

Федорова Татьяна Артемовна, преподаватель специальных дисциплин ГБПОУ ИО «Зиминский железнодорожный техникум»

Согласовано:

Руководитель МК преподавателей ПМ и ОПД и мастеров п/о

 (Красилова А.А.)

Ф.И.О.

Протокол № 5 от «15» февраля 2024 г.

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	8
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	14
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	17
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	18

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.04 Организация и осуществление интернет-маркетинг

1.1. Область применения программы:

Рабочая программа учебной и производственной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 38.02.08 торговое дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15.05.2014 N 539, зарегистрировано в Минюсте России (22.09.2023 N 74906), приказа Министерства образования и науки РФ от 19.07.2023 г. № 548 «Об утверждении положения о практике студентов осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования» и Положения об организации учебной и производственной практики государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения Иркутской области «Зиминский железнодорожный техникум», утвержденного приказом ГБПОУ ИО ЗЖДТ от 31.08.2015 г. № 26 –ос.

1.2. Цели и задачи учебной и производственной практики:

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

Иметь практический навык:

- сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их проведения технического анализа аудируемого веб-сайта;
- проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта;
- проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта;
- анализа поисковой выдачи;
- анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи;
- анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";
- определения стратегии поискового продвижения;
- оформления заявочных и платежных документов участников торгово-промышленной выставки;
- проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении;
- анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем;
- определения стратегии продвижения в социальных сетях;
- размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»;
- размещения медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»;
- разработки лендинга;
- анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы;
- анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании;
- составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.

уметь:

- 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.

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 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;
- правила оформления заявочных и платежных документов участников торгово-промышленной выставки;
- 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. Требования к результатам освоения учебной и производственной практики

Практика является составной частью основной профессиональной образовательной программы в части требований к результатам освоения программы подготовки специалистов среднего звена. Специалист торгового дела должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими видам деятельности: Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору).

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы учебной и производственной практики:

Всего - 180 часов, в том числе:

- учебная практика – 108 часа;
- производственная практика – 72 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы учебной и производственной практики является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности **организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 4.1.	Определять готовность веб-сайта к продвижению.
ПК 4.2.	Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ПК 4.3.	Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки
ПК 4.4.	Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество
ПК 4.5.	Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика
ПК 4.6.	Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

Показатели и критерии профессиональных компетенций		Баллы от 1 до 5
ПК 4.1. Определять готовность веб-сайта к продвижению.		
1	Проведения технического анализа аудируемого веб-сайта	
2	Проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта	
3	Проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта	
Средний балл по профессиональной компетенции		
ПК 4.2. Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"		
1	Осуществлять анализ поисковой выдачи	
2	Осуществлять анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи;	
3	Осуществлять анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";	
4	Определяет стратегии поискового продвижения;	
5	Проверяет и корректирует список ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении;	
6	Осуществляет анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.	
Средний балл по профессиональной компетенции		
ПМ 4.3. Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки		
1	Определяет стратегии продвижения в социальных сетях	
2	Определяет маркетинговые стратегии	
3	Составляет smm-стратегии	
4	Составлять контент-планы	
5	Создает стратегии продвижения	
6	Сегментирует целевую аудиторию для разных задач и продуктов.	
Средний балл по профессиональной компетенции		
ПК 4.4. Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество		
1	Размещает текстовые рекламные объявления в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет»	
2	Размещает медийные рекламные объявление в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет»	
3	Разрабатывает уникальные торговые предложения	
4	Разрабатывает рекламные модули	
5	Создает стратегии продвижения	
6	Сегментирует целевую аудиторию для разных задач и продуктов	
7	Обосновывает выбор целевой аудитории	
8	Создает тексты и рекламные слоганы.	
Средний балл по профессиональной компетенции		
ПК 4.5. Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика		
1	Разрабатывает лендинг	
2	Создает тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций	
3	Различает виды текстов	
4	Рассчитывает бюджет на создание лендинга	
5	Пишет технические задания на создание лендинга для сторонних организаций	
6	Определяет СТА для лендингов	
7	Работает с бесплатными сервисами создания лендингов	
8	Создает уникальные торговые предложения для определенных задач	
9	Работает с сервисами рассылок	

Средний балл по профессиональной компетенции	
ПК 4.6. Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	
1	Осуществляет анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы
2	Осуществляет анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании
3	Составляет отчеты по результатам выделения сегментов целевой аудитории
4	Составляет информационно-аналитические справки
4	Оформляет отчетные документы
Средний балл по профессиональной компетенции	

Оценивание:

1 балл – всегда НЕТ

2 балла – очень редко, чаще случайно

3 балла – чаще НЕТ, чем ДА

4 балла – чаще ДА, чем НЕТ

5 – всегда ДА

Показатели и критерии общих компетенций		Баллы от 1 до 5
ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам		
1	Распознает задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте	
2	Анализирует задачу и/или проблему и выделять её составные части	
3	Определяет этапы решения задачи	
4	Выявляет и эффективно ищет информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы	
5	Составляет план действия	
6	Определяет необходимые ресурсы	
7	Владеет актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах	
8	Реализовывает составленный план	
9	Оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	
Средний балл по общей компетенции		
ОК 2. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности		
1	Определяет задачи для поиска информации	
2	Определяет необходимые источники информации	
3	Планирует процесс поиска	
4	Осуществляет структурирование получаемой информации	
5	Выделяет наиболее значимое в перечне информации	
6	Оценивает практическую значимость результатов поиска	
7	Оформляет результаты поиска, применяет средства информационных технологий для решения профессиональных задач	
8	Использует современное программное обеспечение	
Средний балл по общей компетенции		
ОК 3. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях		
1	Определяет актуальность нормативно-правовой документации	в

	профессиональной деятельности	
2	Применяет современную научную профессиональную терминологию	
3	Определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования	
4	Выявляет достоинства и недостатки коммерческой идеи	
5	Презентует идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;	
6	Оформляет бизнес-план	
7	Рассчитывает размеры выплат по процентным ставкам кредитования	
8	Определяет инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности	
9	Презентует бизнес-идею	
10	Определяет источники финансирования	
Средний балл по общей компетенции		
ОК 4. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде		
1	Организовывает работу коллектива и команды	
2	Взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	
Средний балл по общей компетенции		
ОК 5. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста		
1	Грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	
2	Пользуется правилами оформления документов и построения устных сообщений	
Средний балл по общей компетенции		
ОК 6. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения		
1	Описывает значимость своей профессии	
2	Применяет стандарты антикоррупционного поведения	
Средний балл по общей компетенции		
ОК 7. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях		
1	Соблюдает нормы экологической безопасности	
2	Определяет направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства	
3	Организовывает профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона	
Средний балл по общей компетенции		
ОК 8. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности		
1	Использует физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей	
2	Применяет рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности	
3	Пользуется средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной профессии	
Средний балл по общей компетенции		
ОК 9. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках		

1	Понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы	
2	Участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы	
3	Строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности	
4	Кратко обосновывает и объясняет свои действия (текущие и планируемые)	
5	Пишет простые связные сообщения на знакомые или интересные профессиональные темы	
Средний балл по общей компетенции		

Оценивание:

1 балл – всегда НЕТ

2 балла – очень редко, чаще случайно

3 балла – чаще НЕТ, чем ДА

4 балла – чаще ДА, чем НЕТ

5 – всегда ДА

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план учебной и производственной практики

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Учебная практика, часов	Производственная практика, часов
ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3, ПК 4.4, ПК 4.5, ПК 4.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09	Раздел 1 Технология интернет-маркетинга	108	72
	Всего часов	108	72

3.2. Содержание учебной и производственной практики ПМ.04 Организация и осуществление интернет-маркетинг

Виды работ	Кол-во часов	Краткое содержание работ по учебной практике	ПК, ОК.
Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	6	1. Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта.	ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3, ПК 4.4, ПК 4.5, ПК 4.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 08, ОК 09.
	6	2. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта.	
	6	3. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.	
	6	4. Анализ поисковой выдачи.	
	6	5. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи.	
		6. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет».	
		7. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно- телекоммуникационной сети «Интернет».	
	6	8. Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно- телекоммуникационной сети «Интернет».	
	6	9. Разработка лендинга.	
	6	10. Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы.	
	6	11. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании.	
	6	12. Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.	
	6	13. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет». 14. Определение стратегии поискового продвижения.	
	6	15. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении.	
	6	16. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.	
	6	17. Определение стратегии продвижения в социальных сетях.	

	6	Зачет по учебной практике ПМ. 04.	
ИТОГО:	108		
		Краткое содержание работ по производственной практике	
Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	6	1. Участие в разработке форм опроса для сайта предприятия с целью определения отношения клиентов к ее товарам с использованием электронной почты клиента.	ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3, ПК 4.4, ПК 4.5, ПК 4.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 08, ОК 09. .
	6	2. Участие в разработке форм опроса для сайта предприятия с целью определения отношения клиентов к ее товарам с использованием цифровых технологий.	
	6	3. Участие в формировании отчета по поиску числа посетителей сайта, используя возможности маркетинговой программы (SerpParser или аналогичной).	
	6	4. Ознакомление с техническими ошибками в работе веб-сайта и их документирование.	
	6	5. Участие в разработке предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности.	
	6	6. Участие в выявлении и анализе технических преимуществ веб-сайтов конкурентов.	
	6	7. Исследование особенностей эргономичности веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины.	
	6	8. Участие в анализе и применении инструментов для проведения технического аудита.	
	6	9. Участие в создании и анализе стратегии продвижения в социальных сетях.	
	6	10. Участие в анализе использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы.	
	6	11. Ознакомление с анализом показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании.	
	6	12. Участие в составлении отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории. Зачет по производственной практике ПМ.04.	
ИТОГО	72		

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению для проведения учебной практики

Реализация рабочей программы учебной практики предполагает наличие лаборатории торгово-технологического оборудования, учебного магазина.

Оборудование учебного кабинета:

- имеются рабочие места по количеству обучающихся;
- имеется рабочее место преподавателя;
- имеется комплект учебно-наглядных пособий;
- имеется комплект бланков торгово-технической и отчетной документации;
- имеется комплект учебно-методической документации по темам программы.

Оборудование лаборатории:

- имеются контрольно-кассовые машины;
- имеется весоизмерительное оборудование: весы циферблатные, электронные, товарные;
- имеется комплект гирь;
- имеются образцы товаров (галантереи, парфюмерии, тканей, стеклянной и фарфорофаянсовой посуды, пластмассовых изделий и др);

Технологическое оснащение:

- имеются витрины, вешала, манекены, прилавки, столы;
- имеется торговый инвентарь.

Технические средства обучения:

- имеется ноутбук;
- имеется принтер.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Организация торговли (торговой деятельности) : учебник/ Г.Г Иванов – Москва ; КНОРУС, 2021.- 2021. – 222с

Дополнительные источники:

1. Акулич М.В. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров [Электронный ресурс] : учеб. - Электрон. дан. - Москва : Дашков и К, 2016. - 352 с. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/70531>. - Загл. с экрана.

2. Дашков Л.П. Организация и управление коммерческой деятельностью [Электронный ресурс] : учеб. / Л.П. Дашков, О.В. Памбухчиянц. - Электрон. дан. - Москва : Дашков и К, 2016. - 400 с. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93299>. — Загл. с экрана.

3. Годин А.М. Инструменты современного маркетинга [Электронный ресурс] : монография / А.М. Годин, О.А. Масленникова. - Электрон. дан. - Москва : Дашков и К, 2014. - 179 с. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/70529>. — Загл. с экрана.

Электронные ресурсы:

1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://window.edu.ru/>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.

2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – <http://elibrary.ru/>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
3. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
4. Энциклопедии и словари [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://enc-dic.com/>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
5. Министерство экономики и торговли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru/mines/main>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.

Нормативные документы:

1. Закон «О защите прав потребителей».

Периодические издания:

1. Торговая газета.
2. Журнал «Коммерсант».

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Учебная практика проводится по завершению изучения теоретической части модуля. Рекомендуется группу обучающихся делить на подгруппы, что способствует индивидуализации и повышению качества обучения. Учебная практика организуется в лаборатории и учебном магазине.

Производственная практика проводится образовательным учреждением при освоении обучающимися профессиональных компетенций в рамках профессионального модуля реализуется концентрированно после завершения изучения теоретической части и прохождения учебной практики в рамках профессионального модуля. Производственная практика должна проводиться в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Мастера производственного обучения, осуществляющие руководство учебной практикой обучающихся, должны иметь квалификационный разряд по специальности на 1-2 разряда выше, чем предусматривает ФГОС, высшее или среднее профессиональное образование по профилю специальности, проходить обязательную стажировку в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов освоения учебной практики осуществляется руководителем практики в процессе проведения учебных занятий, самостоятельного выполнения обучающимися заданий, выполнения практических проверочных работ. В результате освоения учебной практики в рамках профессионального модуля обучающиеся проходят промежуточную аттестацию в форме зачета.

Контроль и оценка результатов освоения производственной практики осуществляется наставником практики на предприятии, самостоятельного выполнения обучающимися заданий и работ, связанных с проведением технологических процессов на данном предприятии. В результате освоения производственной практики в рамках профессионального модуля обучающиеся проходят промежуточную аттестацию в форме зачета.

По окончании прохождения производственной практики обучающиеся сдают квалификационный экзамен.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП

Сертификат 726890861408610707646499642787991539916156533263

Владелец Скуратова Ольга Викторовна

Действителен с 15.02.2024 по 14.02.2025