

АННОТАЦИЯ
рабочей программы производственной
практики (по профилю специальности) по
специальности 38.02.08 Торговое дело

Цель производственной практики (по профилю специальности) - формирование у обучающихся общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта по виду профессиональной деятельности, предусмотренного Федеральным государственным образовательным стандартом по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Место производственной практики (по профилю специальности) в структуре образовательной программы

Производственная практика (по профилю специальности) – практика учебного цикла «Профессиональный цикл» структуры программы подготовки специалистов среднего звена.

Объем, структура и содержание производственной практики (по профилю специальности)

Общая трудоемкость учебной практики: 72 часа, 2 недели.

Раздел 1. Организация и состояние охраны труда, техники безопасности, ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка. Анализ документации организации и состояния охраны труда, правил внутреннего трудового распорядка экономического субъекта. Инструктаж по охране труда и технике безопасности, ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка.

Раздел 2 Характеристика деятельности организации. Схема организационной структуры.

Раздел 3 Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта. Анализ поисковой выдачи. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи.

Раздел 4 Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Определение стратегии поискового продвижения. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.

Раздел 5 Определение стратегии продвижения в социальных сетях. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Раздел 6 Разработка лендинга. Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании.