

Подписан: Скоков Р.Ю.,
ректор ВИЭПП

Дата: 2026-01-19 13:43:57

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОЛЖСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ПЕДАГОГИКИ И ПРАВА»

Волжский социально-педагогический колледж

Рабочая программа профессионального модуля:

«Организация и осуществление интернет-маркетинга»

Специальность:

38.02.08 «Торговое дело»

Уровень образования:

среднее профессиональное образование

Квалификация выпускника:

специалист торгового дела

Волжский, 2026 г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 19.07.2023 N 548 "Об утверждении Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело".

Составители программы профессионального модуля:

_____ Пospelова А. И., преподаватель
(подпись)

Программа профессионального модуля утверждена в составе комплекта документов образовательной программы Приказом ректора ВИЭПП N _____ от «___» _____ 20____ г.

Структура рабочей программы профессионального модуля

- 1 Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля
- 2 Объем, структура и содержание профессионального модуля
- 3 Условия реализации рабочей программы профессионального модуля

1 Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля

1.1 Область применения рабочей программы профессионального модуля

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.08 Торговое дело.

1.2 Цель освоения профессионального модуля

Цель освоения профессионального модуля – сформировать комплекс знаний об организации работы и процессах интернет-маркетинга, а также развить навыков использования инструментов интернет-маркетинга в практической деятельности

1.3 Место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Профессиональный модуль «Организация и осуществление интернет-маркетинга» - профессиональный модуль учебного цикла «Профессиональный цикл» структуры программы подготовки специалистов среднего звена.

Освоение профессионального модуля «Организация и осуществление интернет-маркетинга» предполагает наличие у обучающихся знаний и умений по дисциплинам и профессиональным модулям: «Менеджмент», «Организация и осуществление торговой деятельности», «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли».

Знания концептуальных основ «Организация и осуществление интернет-маркетинга» являются базовыми для прохождения учебной, производственной практики (по профилю специальности), производственной практики (преддипломной), выполнения дипломного проекта (работы).

1.4 Планируемые результаты обучения по профессиональному модулю, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.4.1 Общие компетенции

Перечень компетенций	В результате освоения дисциплины обучающийся должен	
	Знания	Умения
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план;

		оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	номенклатуру информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе с использованием цифровых средств.	определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности.	организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе	-роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека основы здорового образа жизни условия профессиональной деятельности и зоны риска	-использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей -применять рациональные

профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	физического здоровья для специальности -средства профилактики перенапряжения	приемы двигательных функций в профессиональной деятельности пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности.	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.

1.4.2 Профессиональные компетенции

Перечень компетенций	В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен		
	Знать	Уметь	иметь практический опыт
ПК 3.1 Определять готовность веб-сайта к продвижению	– основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов; – основы веб-технологии; – основы веб-дизайна; – основы компьютерной грамотности; – методы обработки текстовой информации; – правила	– 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	– проведения технического анализа аудируемого веб-сайта; – проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта; – проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта;

Перечень компетенций	В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен		
	Знать	Уметь	иметь практический опыт
	реферирования, аннотирования и редактирования текстов;	(юзабилити); – выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов; – выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;	– анализа поисковой выдачи; – анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи;
ПК 3.2 Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	– 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.	– 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	– анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет"; – определения стратегии поискового продвижения; – проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении; – анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем;

Перечень компетенций	В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен		
	Знать	Уметь	иметь практический опыт
		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;	
ПК 3.3 Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети	– 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);	– определять маркетинговые стратегии; – составлять smm-стратегии; – составлять контент-планы; – создавать стратегии продвижения; – сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; – разрабатывать уникальные торговые предложения;	– определения стратегии продвижения в социальных сетях;

Перечень компетенций	В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен		
	Знать	Уметь	иметь практический опыт
	– 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;		
ПК 3.4 Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество.	– перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «интернет»; – особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа;	– разрабатывать рекламные модули; – создавать стратегии продвижения; – сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; – обосновывать выбор целевой аудитории; – создавать тексты и рекламные слоганы;	– размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; – размещения медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
ПК 3.5 Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика	– основы разработки и поддержки сайтов/лендингов; – основы гипертекстовой разметки; – стандарты верстки веб-сайтов; – принципиальные отличия лендингов от сайтов;	– 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	– разработки лендинга; – анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы;

Перечень компетенций	В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен		
	Знать	Уметь	иметь практический опыт
		организаций; – определять СТА для лендингов; – работать с бесплатными сервисами создания лендингов;	
ПК 3.6 Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	– сервисы для автоматизации рассылок; – методы обработки текстовой информации и графической информации.	– создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, работать с сервисами рассылок; – составлять информационно-аналитические справки; – оформлять отчетные документы.	– анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании; – составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.

2 Объем, структура и содержание профессионального модуля «Организация и осуществление интернет-маркетинга»

Объем профессионального модуля составляет 264 академических часа.

Очная форма обучения

Объем обязательных аудиторных занятий – 124 часа, в том числе по видам учебной деятельности:

лекции – 60 часов;

практические занятия – 60 часов.

консультации – 4 часа.

В объем учебной деятельности обучающихся по профессиональному модулю включается: самостоятельная работа – 8 часов, индивидуальные и групповые консультации.

Промежуточная аттестация – 36 часов, в том числе по видам учебной деятельности:

экзамен – 18 часов;

консультация – 4 часа;

самостоятельная работа – 8 часов;

квалификационный экзамен – 6 часов.

Структура профессионального модуля

Наименование раздела	Объем в академических часах	Форма промежуточной аттестации
МДК 03.01 Технология интернет-маркетинга	150	экзамен
УП 03.01 Учебная практика ¹	36	дифференцированный зачет
ПП 03.01 Производственная практика (по профилю специальности) ²	72	дифференцированный зачет
ПМ 03. ЭК «Организация и осуществление интернет-маркетинга»	6	квалификационный экзамен

¹ Программа учебной практики утверждена в составе образовательной программы как отдельный документ

² Программа производственной практики (по профилю специальности) утверждена в составе образовательной программы как отдельный документ

Структура и содержание междисциплинарного курса «Технология интернет-маркетинга»

Очная форма обучения

Раздел, тема дисциплины	Содержание междисциплинарного курса по видам учебной деятельности	Объем (в академ. часах)			Уровень освоения ³
		всего	в том числе:		
			в интерактивной форме	в форме практической подготовки	
Раздел 1. Банковские продукты и услуги					
Тема 1.1. Основы маркетинга	Лекции:	2	2	2	1,2,3
	1. Процесс управления маркетингом, основные этапы, проблемы реализации. Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке. Маркетинговая среда предприятия в рыночной экономике. Основные факторы микросреды функционирования фирмы. Основные факторы макросреды функционирования фирмы. Жизненный цикл товаров: основные стадии. Продвижение товаров и услуг.	2	2	2	
	Практические занятия:	2	2	2	
	Разработка схемы жизненного цикла товаров	2	2	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: выполнение практических заданий	2			
Тема 1.2. Определение и характеристики интернет-маркетинга	Лекции:	8	2	2	1,2,3
	1. Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу.	2			
	2. Основные клиенты интернет-маркетинга.	2			
	3. Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей	2			

³ Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1 – Ознакомительный уровень (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

2 – Репродуктивный (выполнение действий по образцу, инструкции или под руководством преподавателя);

3 – Продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение действий, решение проблемных задач).

Раздел, тема дисциплины	Содержание междисциплинарного курса по видам учебной деятельности	Объем (в академ. часах)			Уровень освоения ³
		всего	в том числе:		
			в интерактивной форме	в форме практической подготовки	
	4. Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы	2	2	2	
	Практические занятия:	8	2	2	
	1. Анализ клиентов интернет-маркетинга	2	2	2	
	2. Маркетинговые сервисы поисковых систем	2			
	3. Маркетинговые программы	2			
	4. Информационные системы	2			
	Самостоятельная работа обучающихся: выполнение практических заданий	2			
Тема 1.3. Инновации в маркетинге	Лекции:	6	6	6	1,2,3
	1. Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности	2	2	2	
	2. Новые решения для рекламы: Digital Signage, Indoor TV.	2	2	2	
	3. Информационные системы управления опытом потребителей	2	2	2	
	Практические занятия:	4	10		
	1.Разработка форм опроса для сайта произвольной компании с целью определения отношения клиентов к ее товарам (услугам) с использованием цифровых технологий и электронной почты клиента	2	2	2	
	2. Формирование отчета по поиску числа посетителей сайта, используя возможности маркетинговой программы (SerpParser или аналогичной): составьте отчет по поиску числа посетителей сайта предприятия по месяцам и дням, в том числе из разных поисковых систем.	2	2		

Раздел, тема дисциплины	Содержание междисциплинарного курса по видам учебной деятельности	Объем (в академ. часах)			Уровень освоения ³
		всего	в том числе:		
			в интерактивной форме	в форме практической подготовки	
	Самостоятельная работа обучающихся: выполнение практических заданий	2			
Тема 1.4 Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге	Лекции:	4			1,2,3
	1. Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа.	2			
	2. Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта.	2			
	Практические занятия:	4	4	4	
	1.Анализ внешней среды предприятия	2	2	2	
	2.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	2	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: выполнение практических заданий	2			
Тема 1.5. Анализ готовности веб-сайта к продвижению	Лекции:	10	4	4	1,2,3
	1. Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности	2	2	2	
	2. Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов,	2	2	2	
	3. Основы письменной деловой коммуникации использования инструментов для проведения технического аудита	2			
	4. Правила составления и план документа аудита	2			

Раздел, тема дисциплины	Содержание междисциплинарного курса по видам учебной деятельности	Объем (в академ. часах)			Уровень освоения ³
		всего	в том числе:		
			в интерактивной форме	в форме практической подготовки	
	интернет-маркетинга организации.				
	5. Основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. Способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта	2			
	Практические занятия:	10	4	4	
	1. Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование	2			
	2. Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити)	2			
	3. Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов	2	2	2	
	4. Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины	2	2	2	
	5. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита	2			
Тема 1.6. Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Лекции:	10	2	2	1,2,3
	1.Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов.	2			
	2.Организация правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний, стандартов делового общения в письменной и устной форме, особенностей функционирования современных поисковых машин.	2	2	2	
	3.Анализ правил формирования служебного файла,	2			

Раздел, тема дисциплины	Содержание междисциплинарного курса по видам учебной деятельности	Объем (в академ. часах)			Уровень освоения ³
		всего	в том числе:		
			в интерактивной форме	в форме практической подготовки	
	размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта.				
	4.Правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы).	2			
	5.Методы обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и веб-райтинга.	2			
	Практические занятия:	18	6	6	
	1. 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			
	2. Анализ практических ситуаций на актуализацию информации о поведении пользователей веб-сайтов и заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», анализ собранной информации и принятие решения о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины.	2	2	2	
	3. Анализ практических ситуаций по составлению списка ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин	2	2	2	
	4. Анализ релевантности составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта, анализ списка ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому	2			

Раздел, тема дисциплины	Содержание междисциплинарного курса по видам учебной деятельности	Объем (в академ. часах)			Уровень освоения ³
		всего	в том числе:		
			в интерактивной форме	в форме практической подготовки	
	заданию				
	5. Создание информационных материалов методического характера	2	2	2	
	6. Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем	2			
	7. 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.	2			
	8. Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, проведение анализа проектов.	2			
	9. Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа	2			
Тема 1.7. Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет»	Лекции:	6			1,2,3
	1.Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения. Концепция продвижения, цели и задачи продвижения. Целевая аудитория, модели поведения аудитории и методы влияния на нее.	2			
	2. Понятие «социальная сеть», общие принципы работы виртуальных социальных сетей.SMM-стратегия, методы измерения эффективности, методы создания контента. Стратегия продаж через «блогосферу»	2			
	3. Понятие и значение контент-плана в интернет-	2			

Раздел, тема дисциплины	Содержание междисциплинарного курса по видам учебной деятельности	Объем (в академ. часах)			Уровень освоения ³
		всего	в том числе:		
			в интерактивной форме	в форме практической подготовки	
	маркетинге. Виды контент-планов. Содержание контент-плана				
	Практические занятия:	6	6	6	
	1.Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях. Составление рубрикатора с предоставлением не менее трех тем для каждой рубрики, определение форматов постов и описания требований к ним.	2	2	2	
	2.Разработка примеров для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление.	2	2	2	
	3. Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия. Разработка и анализ контент-плана для производственного предприятия. Разработка и анализ контент-плана для образовательного учреждения	2	2	2	
Тема 1.8 Организация и проведение рекламных кампаний в социальных медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество	Лекции:	4			1,2,3
	1. Изучение перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет». Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа. Характеристика социальных медиа	2			
	2. Анализ рекламных модулей. Анализ уникальных торговых предложений и рекламных рассылок	2			
	Практические занятия:	4	2	2	
	1 Разработка уникальных торговых предложений. Разработка рекламных модулей.	2	2	2	
	2.Разработка стратегии продвижения товара. Создание	2			

Раздел, тема дисциплины	Содержание междисциплинарного курса по видам учебной деятельности	Объем (в академ. часах)			Уровень освоения ³
		всего	в том числе:		
			в интерактивной форме	в форме практической подготовки	
	рекламных текстов и слоганов для продвижения товара				
Тема 1.9. Создание лендинга	Лекции:	4			1,2,3
	1. Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования, структура.	2			
	2. Конструкторы для создания «landing page».	2			
	Практические занятия:	2	2	2	
	1.Разработка лендинга для коммерческого (производственного, образовательного) предприятия. Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет»	2			
Тема 1.10. Анализ эффективности в интернет-маркетинге	Лекции:	6			1,2,3
	1.Концепции эффективности в интернет-маркетинге. Методы измерения в интернете. Методы идентификации посетителей.	2			
	2.Измерение эффективности интернет-маркетинга.	2			
	3.Анализ рекламной компании по стоимости клиентов и конверсии.	2			
	Практические занятия:	2			
	Анализ технологии меток. Анализ результатов маркетинговой активности. Анализ производных данных о пользователе. Расчет стоимости рекламной кампании. Анализ принципов медиапланирования в интернете	2			
Консультации		4			
Промежуточная аттестация		18			
Итого		150	52	52	

3 Условия реализации рабочей программы профессионального модуля

3.1 Оценочные и методические материалы по профессиональному модулю

Оценочные и методические материалы профессионального модуля приведены в Приложении 1 к рабочей программе профессионального модуля, доступ к которым открыт на официальном сайте института.

3.2 Фонд оценочных средств по профессиональному модулю

Фонд оценочных средств по текущему контролю успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации приведены в Приложении 2 к рабочей программе профессионального модуля, доступ к которым открыт на официальном сайте института.

3.3 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения профессионального модуля

Основная учебная литература

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / А. Л. Абаев, В. А. Алексунин, М. Т. Гуриева [и др.] ; под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 434 с. : ил., схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710033> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05009-1. – Текст : электронный. Рекомендовано федеральным государственным бюджетным учреждением «Федеральный институт развития образования» (ФГБУ «ФИРО») в качестве учебника для использования в образовательном процессе образовательных организаций, реализующих программы высшего образования по направлениям подготовки «Менеджмент», «Торговое дело», профиль «Маркетинг» (уровень бакалавриата).

2. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова, Г. А. Гадиев, Д. А. Жильцов [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой, Д. В. Тюрина. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 408 с. : табл., схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720354> . – Библиогр.: с. 356-361. – ISBN 978-5-394-06027-4. – Текст : электронный. Рекомендовано Федеральным институтом развития образования в качестве учебника для использования в учебном процессе образовательных учреждений, реализующих программы высшего образования по направлениям подготовки «Торговое дело», «Менеджмент» (уровень бакалавриата).

3. Электронная торговля : учебник / Р. Р. Дыганова, Г. Г. Иванов, В. А. Матосян, Р. Р. Салихова. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 150 с. : ил., табл., схем. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710146> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05571-3. – Текст : электронный. Рекомендовано УМС УМО по направлению «Торговое дело» в качестве учебника для студентов, обучающихся по направлению «Торговое дело».

Дополнительная учебная литература

1. Николаева, М. А. Маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. А. Николаева, И. А. Рамазанов, В. М. Комаров. – Москва : Дашков и К°, 2025. – 230 с. : ил., табл. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720379> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-06110-3. – Текст : электронный.

2. Шевченко, Д. А. Основы современного маркетинга : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 614 с. : ил., табл., схем. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=709871> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05623-9. – Текст : электронный.

3. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – 2-е изд. –

Москва : Директ-Медиа, 2025. – 240 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=723871>. – Библиогр.: с. 224. – ISBN 978-5-4499-5234-9. – DOI 10.23681/723871. – Текст : электронный.

Нормативно-правовые акты

1. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ. - Текст : электронный // Некоммерческие интернет-версии системы КонсультантПлюс. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/.
2. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ. - Текст : электронный // Некоммерческие интернет-версии системы КонсультантПлюс. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/.
3. Российская Федерация. Законы. Об акционерных обществах: Федеральный закон от 26.12.1995 N 208-ФЗ. - Текст : электронный // Некоммерческие интернет-версии системы КонсультантПлюс. - URL: http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_8743/.
4. Российская Федерация. Законы. О производственных кооперативах: Федеральный закон от 08.05.1996 N 41-ФЗ. - Текст : электронный // Некоммерческие интернет-версии системы КонсультантПлюс. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10286/.
5. Российская Федерация. Законы. Об обществах с ограниченной ответственностью: Федеральный закон от 08.02.1998 N 14-ФЗ. - Текст : электронный // Некоммерческие интернет-версии системы КонсультантПлюс. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17819/.
6. Российская Федерация. Законы. О государственных и муниципальных унитарных предприятиях: Федеральный закон от 14.11.2002 N 161-ФЗ. - Текст : электронный // Некоммерческие интернет-версии системы КонсультантПлюс. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_39768/.
7. Российская Федерация. Законы. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ. - Текст : электронный // Некоммерческие интернет-версии системы КонсультантПлюс. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/.

Периодическая литература

1. Вестник ВИЭПП: научный журнал / гл. ред. Р. Ю. Скоков ; учред. ГБОУ ВИЭПП. – Волжский, 2025. – ISSN 2658-6886. - Текст: непосредственный.
2. Вестник Новосибирского государственного университета экономики и управления : журнал / гл. ред. В.В. Глинский ; учред. Новосибирский государственный университет экономики и управления. – Новосибирск : СО РАН, 2024. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&jid=563254. – ISSN 2073-6495. – Текст : электронный.
3. Компетентность : журнал / ред. кол.: С.А. Калинцева и др. ; гл. ред. Г.В. Панкина ; учред. и изд. Академия стандартизации, метрологии и сертификации (АСМС). – Москва : АСМС, 2022. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&jid=563357. – ISSN 1993-8780. – Текст : электронный.
4. Менеджмент и Бизнес-Администрирование : журнал / изд. Академия менеджмента и бизнес-администрирования ; гл. ред. Т.А. Козенкова ; учред. ЗАО "ЭЖ МЕДИА". – Москва : Академия МБА, 2025. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&jid=563369. – ISSN 2075-1826. – Текст : электронный.
5. Национальные интересы : приоритеты и безопасность = National Interests : Priorities and Security / гл. ред. С. Ф. Викулов ; учред. и изд. Финансы и кредит. – Москва : Финансы и кредит, 2025. - Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&jid=721258. – ISSN 2073-2872 (Print). – ISSN 2311-875X (Online). – Текст : электронный.

6. Регион: экономика и социология : журнал / гл. ред. В.Е. Селиверстов ; учред. Сибирское отделение РАН, ИЭОПП СО РАН, Исполнительный комитет Межрегиональной ассоциации «Сибирское соглашение». – Новосибирск : СО РАН, 2024. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&jid=563235. – ISSN 0868-5169. – Текст : электронный.

7. Региональная экономика : теория и практика : журнал / гл. ред. Н.Э. Бабичева ; учред. и изд. ООО «Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ». – Москва : Финансы и кредит, 2025. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&jid=570523. – ISSN 2073-1477 (Print). - ISSN 2311-8733 (Online). – Текст : электронный.

8. Современная конкуренция : журнал / . – Москва : Университет «Синергия», 2024. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&jid=562212. – ISSN 1993-7598. – Текст : электронный.

9. Финансовая аналитика : проблемы и решения : журнал / гл. ред. Ю.А. Кузнецов ; изд. Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ ; учред. Информационный центр «Финансы и Кредит». – Москва : Финансы и кредит, 2025. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&jid=570508. – ISSN 2073-4484 (Print). - ISSN 2311-8768 (Online). – Текст : электронный.

10. Финансовая жизнь : журнал / изд. Академия менеджмента и бизнес-администрирования ; гл. ред. Н.А. Адамов. – Москва : Академия МБА, 2024. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&jid=563368. – ISSN 2218-4708. – Текст : электронный.

11. Финансы и кредит : журнал / гл. ред. С.В. Ратнер ; учред. и изд. ООО «Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ». – Москва : Финансы и кредит, 2025. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&jid=570510. – ISSN 2071-4688 (Print). - ISSN 2311-8709 (Online). – Текст : электронный.

12. ЭКО: ЭКОномика и организация промышленного производства : журнал / гл. ред. В.А. Крюков ; учред. Сибирское отделение Российской академии наук, Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН, Новосибирский национальный исследовательский государственный университет и др. – Новосибирск : СО РАН, 2022. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&jid=563196. – ISSN 0131-7652. – Текст : электронный.

13. Экономический анализ : теория и практика : журнал / гл. ред. Н.П. Любушин ; учред. и изд. ООО «Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ». – Москва : Финансы и кредит, 2025. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&jid=570507. – ISSN 2073-039X (Print). - ISSN 2311-8725 (Online). – Текст : электронный.

3.4 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети Интернет и информационных технологий, необходимых для освоения дисциплины

1. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2000. - URL: <https://elibrary.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. GAAP.RU : информационно-аналитический портал: сайт. - Москва, 1999. - Обновляется в течение суток. - URL: <https://gaap.ru/>. - Текст : электронный.

3. ONLINE.VIEPP.RU : сайт / МБОУ «Волжский институт экономики, педагогики и права». – Волжский, 2020. – Режим доступа: <https://online.viepp.ru/>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Волжский институт экономики, педагогики и права : сайт / МБОУ «Волжский институт экономики, педагогики и права». – Волжский, 2006. – Обновляется в течение суток. – Режим доступа: <http://www.viepp.ru/>. – Текст : электронный.

5. КиберЛенинка : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2020. - Обновляется в течение суток. - URL: <https://cyberleninka.ru>. - Текст : электронный.

6. Клерк.Ру : электронное периодическое издание : сайт. - Краснодар, 2011. - URL: <https://www.klerk.ru/> - Текст : электронный.

7. Министерство финансов Российской Федерации. Портал аудиторской деятельности : сайт / Министерство финансов Российской Федерации. – Москва, 2020. – Режим доступа : <http://gar.gov.ru/>.– Текст : электронный.

8. Некоммерческая интернет-версия системы КонсультантПлюс : сайт. - Москва, 1997. - Обновляется в течение суток. - URL: <http://www.consultant.ru/online>. - Текст : электронный.

9. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации : сайт / Министерство финансов Российской Федерации. – Москва, 1998. – Режим доступа : <https://minfin.gov.ru/>.– Текст : электронный.

10. Правовой портал ГАРАНТ.РУ : сайт / Учредитель ООО «НПП «Гарант-Сервис». - Москва, 2014. - Обновляется в течение суток. - URL: <http://www.garant.ru>. - Текст : электронный.

11. ФНС России : официальный сайт. - Москва, 2011. - Обновляется в течение суток. - URL: <https://www.nalog.ru/>- Текст : электронный.

12. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека online» : сайт / Директ-Медиа. - Москва : Директ-Медиа, 2006. - URL: <http://biblioclub.ru>. - Режим доступа: по подписке. - Текст : электронный.

Перечень программного обеспечения

1. Microsoft Office Standard 2016;
2. Microsoft Windows 10 Pro;
3. Справочная правовая система (СПС) КонсультантПлюс;
4. АИБС «МАРК-SQL» (версия 1.8);

Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. АИБС «МАРК-SQL»;
2. Справочная правовая система (СПС) КонсультантПлюс (обновляется постоянно).

3.5 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по профессиональному модулю

Для освоения профессионального модуля требуется кабинет «Междисциплинарных курсов», оснащенный мультимедийными средствами (проектор и др.), как для проведения лекций, так и для проведения практических занятий (лабораторных занятий). Практические занятия рекомендуется проводить в кабинете «Междисциплинарных курсов», оснащенный персональными компьютерами, информационным, программным и аппаратным обеспечением локальной компьютерной сети, информационным и программным обеспечением глобальной сети Интернет.

Организация образовательной деятельности по профессиональному модулю посредством электронного обучения осуществляется с применением технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогического работника.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду института.

Согласование рабочей программы профессионального модуля «Организация и осуществление интернет-маркетинга»

Ответственные лица	Ф.И.О	Подпись
Председатель ПЦК экономических дисциплин		
Заведующий отделением экономики		
Руководитель образовательной программы		

Рабочая программа профессионального модуля утверждена в составе комплекта документов образовательной программы Приказом ректора ВИЭПП N ____ от _____ 20__ г.