

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Силин Яков Петрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 20.07.2026 15:48:50

Уникальный программный ключ:

24f861e2a16484076a8abb3c590e9531e605f

Одобрена

Методическим советом колледжа

протокол № 4 от 18.11.2025 г.

Директор колледжа _____ А.Э. Чечулин

(подпись)

Утверждена

Советом по учебно-методическим
вопросам и качеству образования

протокол № 4 от 16.12.2025 г.

Председатель _____ Д.А. Карх

(подпись)



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Вид практики	Производственная
Профессиональный модуль	ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга
Специальность	38.02.08 ТОРГОВОЕ ДЕЛО
Форма обучения	очная
Год набора	2026
Разработана:	
доцент, к.с.н.	
О.И. Попова	

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ЦЕЛЬ, ВИД, ТИП, СПОСОБ (ПРИ НАЛИЧИИ) И ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ	3
2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ООП	5
3. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ	5
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ООП	6
5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	10
6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ	11
7. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ	12
8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРАКТИКИ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	13
9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ	14
10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ	14
11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ	15

ВВЕДЕНИЕ

Программа практики является частью основной образовательной программы – программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности. Практика является обязательным разделом основной образовательной программы. Практика представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практическую подготовку обучающихся.

ФГОС СПО	Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 ТОРГОВОЕ ДЕЛО (приказ Минобрнауки России от 19.07.2023 г. № 548)
----------	--

1. ЦЕЛЬ, ВИД, ТИП, СПОСОБ И ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Целью производственной практики (по профилю специальности) является Формирование общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта, комплексное освоение студентами основного вида профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа, для готовности к решениям профессиональных задач.

Практика направлена на выполнения обучающимися определенных видов работ в части освоения основного вида профессиональной деятельности «Организация и осуществление интернет-маркетинга», связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие компетенции специальности.

Результатом освоения программы производственной практики является овладение студентами следующего вида профессиональной деятельности

«Организация и осуществление интернет-маркетинга».

В результате прохождения производственной практики (по профилю специальности) по виду профессиональной деятельности обучающийся должен уметь:

- выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;
- документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта;
- формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);
- выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;
- выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;
- использовать инструменты для проведения технического аудита;
- определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;
- составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;
- актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";
- анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;
- составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;
- анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;
- анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию;
- определять маркетинговые стратегии;
- составлять smm-стратегии;
- составлять контент-планы;
- создавать стратегии продвижения;
- сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;
- разрабатывать уникальные торговые предложения;
- разрабатывать рекламные модули;
- создавать стратегии продвижения;
- сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;
- обосновывать выбор целевой аудитории;
- создавать тексты и рекламные слоганы;
- создавать тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;

- различать виды текстов;
- рассчитывать бюджет на создание лендинга;
- писать техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций;
- определять СТА для лендингов;
- работать с бесплатными сервисами создания лендингов;
- создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, работать с сервисами рассылок;
- составлять информационно-аналитические справки;
- оформлять отчетные документы.

С целью овладения указанными видами деятельности обучающийся в ходе данного вида практики должен иметь практический опыт (навыки):

- 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;
 - 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.
- Результатом освоения программы производственной практики практики, в соответствии с рабочей программой воспитания, является формирование у обучающихся следующих личностных результатов обучения:

ПВ 5В. Осознанно проявляющий равнодушное отношение к выбранной профессиональной деятельности, постоянно совершенствуется, профессионально растет, прославляя свою специальность;

ГВ 8В Осознанно проявляющий гражданскую активность в социальной и экономической жизни Свердловской области РФ;

ДНВ 6В. Обладающий сформированными представлениями о значении и ценности специальности, знающий и соблюдающий правила и нормы профессиональной этики;

ЭВ 6В. Использующий возможности художественной и творческой деятельности в целях саморазвития и реализации творческих способностей, в том числе в профессиональной деятельности;

ПТВ 1. Понимающий профессиональные идеалы и ценности, уважающий труд, результаты труда, трудовые достижения российского народа, трудовые и профессиональные достижения своих земляков, их вклад в развитие своего поселения, края, страны;

ПТВ 2. Участвующий в социально значимой трудовой и профессиональной деятельности разного вида в семье, образовательной организации, на базах производственной практики, в своей местности;

ПТВ 3. Выражающий осознанную готовность к непрерывному образованию и самообразованию в выбранной сфере профессиональной деятельности;

ПТВ 4. Понимающий специфику профессионально-трудовой деятельности, регулирования трудовых отношений, готовый учиться и трудиться в современном высокотехнологичном мире на благо государства и общества;

ПТВ 5. Ориентированный на осознанное освоение выбранной сферы профессиональной деятельности с учётом личных жизненных планов, потребностей своей семьи, государства и общества;

ПТВ 6. Обладающий сформированными представлениями о значении и ценности выбранной профессии, проявляющий уважение к своей профессии и своему профессиональному сообществу, поддерживающий позитивный образ и престиж своей профессии в обществе;

ПТВ 8В. Готовый к освоению новых компетенций в профессиональной отрасли;

ПТВ 9В. Обладающий опытом использования в профессиональной деятельности современных информационных технологий и производственных программ с целью осуществления различного рода финансово-экономических операций, в том числе связанных с материальными и нематериальными потоками и ресурсами;

ЦНП 1. Деятельно выражающий познавательные интересы в разных предметных областях с учётом своих интересов, способностей, достижений, выбранного направления профессионального образования и подготовки;

ЦНП 2. Обладающий представлением о современной научной картине мира, достижениях науки и техники, аргументированно выражающий понимание значения науки и технологий для развития российского общества и обеспечения его безопасности;

ЦНП 4. Умеющий выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ЦНП 6. Развивающий и применяющий навыки наблюдения, накопления и систематизации фактов, осмысления опыта в естественнонаучной и гуманитарной областях познания, исследовательской и профессиональной деятельности.

Вид практики: Производственная

Профессиональный модуль: ПМ.03 «Организация и осуществление интернет-маркетинга»
Производственная практика Организация и осуществление интернет-маркетинга

Способы проведения практики: нет

Формы проведения практики:

Практика может быть проведена с использованием дистанционных образовательных технологий и электронного обучения.

2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ООП

Практика входит в профессиональный цикл основной образовательной программы.

Практика реализуется концентрированно в несколько периодов.

3. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ

Промежуточная аттестация	Часов			
	Всего за семестр	Контактная работа .(по уч.зан.)		
		Всего	Практические занятия, включая курсовое проектировани е	
Семестр 5				
Зачет с оценкой	72	72	72	0

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ООП

В результате прохождения практики у обучающегося должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС СПО.

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Умения: - 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	Умения: - 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 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	Умения: - определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности - применять современную научную профессиональную терминологию - определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования - выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи - презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план - рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования - определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности - презентовать бизнес-идею - определять источники финансирования
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Умения: - 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	Умения: - грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	Умения: - описывать значимость своей специальности - применять стандарты антикоррупционного поведения

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	Умения: - соблюдать нормы экологической безопасности; - определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства - организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Умения: - 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

Профессиональные компетенции (ПК)

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)	
ПК 3.1. Определять готовность веб-сайта к продвижению	Умения: - выявлять технические ошибки в работе веб-сайта; - документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта; - формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити); - выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов; - выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины; - использовать инструменты для проведения технического аудита. Практический опыт (навыки): - проведения технического анализа аудируемого веб-сайта; - проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта; - проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.

ПК 3.2. Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Умения: - 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. Практический опыт (навыки): - 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; - проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении; - анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.
ПК 3.3. Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети Интернет	Умения: - определять маркетинговые стратегии; - составлять smm-стратегии; - составлять контент-планы; - создавать стратегии продвижения; - сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов. Практический опыт (навыки): - определения стратегии продвижения в социальных сетях.

ПК 3.4. Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество	Умения: - 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. Практический опыт (навыки): - размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет»; - размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет».
ПК 3.5. Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика	Умения: - создания текстов для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций; - различать виды текстов; - рассчитать бюджет на создание лендинга; - писать технические задания на создание лендинга для сторонних организаций; - определять СТА для лендингов; - работать с бесплатными сервисами создания лендингов; - создавать уникального торгового предложения для определенных задач; - работать с сервисами рассылок. Практический опыт (навыки): - разработки лендинга.
ПК 3.6. Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Умения: - составлять информационно-аналитические справки; - оформлять отчетные документы. Практический опыт (навыки): - 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.

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Часов						
	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа .(по уч.зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельн ой работы
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
Семестр 5		72					

Тема 1.	Организация и осуществление интернет-маркетинга (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПВ 5 В, ДНВ 6 В, ЭВ 6 В, ПТВ1, ПТВ2, ПТВ3, ПТВ4, ПТВ5, ПТВ6, ПТВ 8 В, ПТВ 9 В, ЦНП 1, ЦНП 2, ЦНП 4, ЦНП 6, ГВ 8В)	72			72		
---------	--	----	--	--	----	--	--

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль			
Этап 1.1	Отчет	Аналитическая справка Решение кейс-заданий	Выполнено / не выполнено
Промежуточная аттестация			
5 семестр (ЗаО)	Отчет по практике с приложениями	Защита отчета по практике: Аналитическая справка Решение кейса Характеристика Аттестационный лист	Оценивается от 2 до 5 баллов

ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Текущий контроль. Используется 5-балльная система оценивания. В течении практики руководители практики от профильной организации и университета осуществляют контроль в соответствии с совместным планом и индивидуальным планом обучающегося. В отчете обучающегося ставится и отметка «выполнено/не выполнено»

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы обучающегося по окончании практики осуществляется руководителем практики от университета в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе практики.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения профессиональных задач
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

7. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

7.2 Содержание практические занятий и лабораторных работ

Тема 1. Организация и осуществление интернет-маркетинга (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПВ 5 В, ДНВ 6 В, ЭВ 6 В, ПТВ1, ПТВ2, ПТВ3, ПТВ4, ПТВ5, ПТВ6, ПТВ 8 В, ПТВ 9 В, ЦНП 1, ЦНП 2, ЦНП 4, ЦНП 6, ГВ 8В)
Описание характеристики предприятия (организации): полного фирменного наименования, места нахождения, вида деятельности, организационной структуры управления, этапов развития фирмы
Проведение технического анализа, юзабилити и визуально-эстетического решения аудируемого веб-сайта
Анализ поисковой выдачи и анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи
Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении.
Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.
Определение стратегии продвижения в социальных сетях.
Разработка лендинга
Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы.
Составление отчета по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории. Оценка и эффективность маркетингового бюджета в каналах продвижения.

7.3.1. Совместный рабочий график проведения практики

Совместный рабочий график проведения практики
Приложение 1

7.3.2. Индивидуальное задание

Индивидуальное задание
Приложение 2

7.3.3. . Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике
Приложение 3

7.4. Отчет по практике

Отчет по практике размещается в портфолио
Приложение 4

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРАКТИКИ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

По заявлению студента

В целях доступности прохождения практики профильная организация и УрГЭУ обеспечивают следующие условия:

- особый порядок прохождения практики, с учетом состояния их здоровья в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- применение дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен рабочей программой практики.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Сайт библиотеки УрГЭУ

<http://lib.usue.ru/>

Основная литература:

2. Карпова С. В., Бугакова Н. П., Константиныди Х. А., Никитас Д. В., Поляков В. А., Рожков И. В., Жильцова О. Н. Информационные технологии в маркетинге [Электронный ресурс]: учебник и практикум для спо. - Москва: Юрайт, 2025. - 367 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/562487>

3. Карпова С. В. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: учебник для спо. - Москва: Юрайт, 2025. - 308 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/581768>

4. Хуссейн И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебник для спо. - Москва: Юрайт, 2025. - 68 с – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/568998>

5. Карпова С. В., Захаренко И. К., Касаев Б. С., Козлова Н. П., Рожков И. В., Жильцова О. Н., Фирсова И. А., Фирсов Ю. И., Сальникова Л. С. Основы маркетинга. Практический курс [Электронный ресурс]: учебник для спо. - Москва: Юрайт, 2025. - 221 с – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/560785>

Дополнительная литература:

2. Хуссейн И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2025. - 68 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/568206>

3. Карпова С. В., Захаренко И. К., Касаев Б. С., Козлова Н. П., Рожков И. В., Жильцова О. Н., Фирсова И. А., Фирсов Ю. И., Сальникова Л. С. Маркетинг. Практический курс [Электронный ресурс]: учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2025. - 221 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/560028>

4. Скоробогатых И. И., Сидорчук Р. Р., Андреев С.Н., Асалиев А.М., Данченко Л.А., Мешков А. А., Мусатов Б.В., Мхитарян С. В., Сагинова О.В., Сейфуллаева М.Э., Никишкин В.В., Мусатова Ж.Б., Голубкова Е.Н., Ивашкова Н. И., Лукина А. В., Муртузалиева Т.В., Широченская И.П., Ефимова Д.М., Невоструев П.Ю., Просвиркин Б.Л., Цветкова А.Б., Рыкалина О.В., Твердохлебова М.Д., Лопатинская И.В., Гринева О.О., Гусейнова З.А., Перепёлкин Н.А., Маркин И.М. Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности [Электронный ресурс]: Учебник. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2025. - 589 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/2208739>

5. Овсянников А. А. Современный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник и практикум для спо. - Москва: Юрайт, 2025. - 500 с – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/568731>

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Astra Linux Common Edition. Договор №0417-ПО/2019 от 08.05.2019, Акт №Sk000343 от 24.05.2019 и Контракт № 35-У/2018 от 13.06.2018, Акт № УТ213 от 17.12.2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока

Справочно-правовая система Консультант +. Договор № 143/223-У/2025 от 02.12.2025 Срок действия лицензии до 31.12.2026

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Реализация практики осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ и профильной организации (при необходимости).

Рабочие места и помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ и профильной организации (при наличии).

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

БЛАНК СОВМЕСТНОГО РАБОЧЕГО ГРАФИКА ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель практики от профильной
организации

(подпись, Ф.И.О.)

СОВМЕСТНЫЙ РАБОЧИЙ ГРАФИК ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Студента	ВПИСАТЬ ФИО
Курс	ВПИСАТЬ
Форма обучения	Очная/заочная
Год набора	ВПИСАТЬ
Специальность	38.02.08 Торговое дело
Наименование практики	Производственная (по профилю специальности) практика
Профессиональный модуль	ПМ.03 «Организация и осуществление интернет-маркетинга»

МЕРОПРИЯТИЯ

1. Создание безопасных условий прохождения практики обучающимся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда.	
Мероприятия	Вид инструктажа
1.1. Прохождение инструктажа по технике безопасности	первичный
1.2. Инструктаж по охране труда	первичный
1.3. Инструктаж по правилам внутреннего распорядка	первичный
1.4. Инструктаж по санитарным правилам (при наличии требований)	первичный
2. Создание необходимых условий для выполнения обучающимися программы практики и индивидуальных заданий.	
2.1. Назначение руководителей практики обучающихся от УрГЭУ - из числа ППС	
2.2. Назначение руководителей практики обучающихся от профильной организации - из числа работников профильной организации	
2.3. Распределение обучающихся по рабочим местам и видам работ в соответствии с индивидуальным заданием	
3. Осуществление контроля за исполнением индивидуального задания, соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ОПОП СПО (оформление отчета)	
3.1 Текущий контроль	
Выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, в соответствии с индивидуальным заданием	Первый день практики – предпоследний день практики
Представление отчета по практике руководителю от профильной организации	Предпоследний день практики
Получение заключения о результатах прохождения практики и выполнении обучающимся индивидуального задания	Предпоследний день практики
3.2. Промежуточная аттестация	
Защита отчета по практике	Конкретные даты и мероприятия закреплены в индивидуальном задании

СОГЛАСОВАН с руководителем практики от университета.

ОЗНАКОМЛЕН:

ФИО обучающегося

(подпись)

(дата)

БЛАНК ИНДИВИДУАЛЬНОГО ЗАДАНИЯ НА ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ ПРАКТИКУ

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель практики от Университета

(подпись, Ф.И.О.)

Индивидуальное задание на производственную практику

Студента ФИО

Часть 1 отчета			
Информация о руководителях практик	КОНКРЕТНАЯ ДАТА (ПЕРВЫЙ ДЕНЬ ПРАКТИКИ)		
Часть 2 отчета			
Прохождение инструктажей: - по технике безопасности - по охране труда - по правилам внутреннего распорядка - по санитарным правилам (при наличии требований)	КОНКРЕТНАЯ ДАТА (ПЕРВЫЙ ДЕНЬ ПРАКТИКИ)		
Часть 3 отчета			
Краткая характеристика места практики (илитой организации, деятельность которой изучает обучающийся)	КОНКРЕТНАЯ ДАТА (ПЕРВЫЙ ДЕНЬ ПРАКТИКИ)		
Часть 4 Отчета Выполнение индивидуального задания (текущий контроль)			
Тематический план и содержание практики	Конкретные даты	Вид отчетного документа	Приложение к отчету
Аналитическая справка. Краткая характеристика предприятия.	ПЕРВЫЙ ДЕНЬ ПРАКТИКИ	Аналитическая справка	Приложение 4.1 к отчету
Тема 1. Определение конкурентов, работающих в том же сегменте. Проведение аудита сайта компании и конкурентов: технический аудит, аудит контента, дизайна, мобильной версии.	1 и 2 ДЕНЬ ПРАКТИКИ	Решение кейса	Приложение 4.2 к отчету
Тема 2. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.	3 и 4 ДЕНЬ ПРАКТИКИ	Решение кейса	Приложение 4.2 к отчету
Тема 3. Анализ сегментов целевой аудитории	5 ДЕНЬ ПРАКТИКИ	Решение кейса	Приложение 4.2 к отчету
Тема 4. Составление семантического ядра ключевых слов и словосочетаний	6 и 7 ДЕНЬ ПРАКТИКИ	Решение кейса	Приложение 4.2 к отчету
Тема 5. Разработка предварительной структуры лендинга.	8 и 9 ДЕНЬ ПРАКТИКИ	Решение кейса	Приложение 4.2 к отчету
Тема 6. Создание лендинга в блочном конструкторе сайтов Tilda Publishing (сокр. Tilda).	10 и 11 ДЕНЬ ПРАКТИКИ	Решение кейса	Приложение 4.2 к отчету

Тема 7. Доработка кейса и подготовка отчета	12 ДЕНЬ ПРАКТИКИ	Решение кейса	Приложение 4.2 к отчету
Решение кейса и подготовка отчета	ПРОМЕЖУТОК ПРАКТИКИ	Решение кейса	Приложение 4.2 к отчету
Документы по практике и сроки их предоставления:			
Загрузка в ЭИОС университета подписанного индивидуального плана	ДЕНЬ ПРАКТИКИ (не позднее последнего дня)		
Загрузка в ЭИОС университета подписанного совместного рабочего графика проведения практики	ДЕНЬ ПРАКТИКИ (не позднее последнего дня)		
Загрузка в ЭИОС университета подписанных документов о прохождении инструктажей	Первый день практики		
Сдача отчета руководителю от университета(загрузка в ЭИОС университета)	ДЕНЬ ПРАКТИКИ (не позднее, чем за день до окончания практики)		
Промежуточная аттестация:			
Защита отчета по практике	ДЕНЬ ПРАКТИКИ (последний день практики)		

СОГЛАСОВАНО с ответственным лицом от профильной организации.

Принято к исполнению:
ФИО обучающегося

(подпись)

(дата)

КЕЙС

Цель: проведение промежуточного контроля с целью:

- проверки сформированности компетенций;
- проверки уровня готовности обучающегося к решению профессиональных задач.

Задача: изучить практические материалы организации в соответствии с индивидуальным заданием и составить отчет в виде аналитической справки и решения кейс задания.

Компетенции:

ПК 3.1. : Определять готовность веб-сайта к продвижению

ПК 3.2.: Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

ПК 3.3.: Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети Интернет

ПК 3.4.: Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество

ПК 3.5.: Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика

ПК 3.6. : Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

СТРУКТУРА ОТЧЕТА

Приложение 4.1. Аналитическая справка представляет собой характеристику места практики по следующей схеме

- название и организационно-правовая форма организации
- дата создания, история,
- виды деятельности
- состав учредителей (физические лица или юридические лица, их количество),
- размер уставного капитала
- организационная структура (структура производства, управления, наличие вышестоящей организации, филиалов и обособленных подразделений),
- основные технико-экономические характеристики организации (объем и динамика доходов, расходов, прибыли, численности персонала) и их краткая характеристика.
- реквизиты организации (карточка организации)

Дата регистрации	
Организация	
Полное название	
Юридический и фактический адрес	
Телефон	

Организация
ИНН\ КПП

ОКПО
ОГРН
ОКФС
ОКОПФ
ОКВЭД
ОКТМО
Вид деятельности
Организационно-правовая форма
Банк
БИК
Расчетный счет
Корр. счет
Индекс, почтовый адрес банка
ИФНС код №
ИФНС название и реквизиты для уплаты налогов

- ~ Данный материал, как правило, содержится в уставе предприятия, в выписке из ЕГРЮЛ, в положениях об отделах, в должностных инструкциях и т.д.
- ~ Текст первого раздела **ни в коем случае не должен представлять собой переписывание содержания названных документов.**
- ~ Работа должна быть оформлена в соответствии с положением о требованиях к оформлению письменных работ в УрГЭУ.
- ~ Важно отметить, что текст работы должен иметь целостность и неразрывность логической связи.

Приложение 4.2.

РЕШЕНИЕ KEYСА

- Задание 1.* Определите конкурентов, работающих в том же сегменте. Проведите комплексный аудит сайта компании и конкурентов: технический аудит, аудит контента, дизайна, мобильной версии.
- Задание 2.* Проанализируйте присутствие компании и конкурентов в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.
- Задание 3.* На основе анализа сайта компании определите 2 сегмента основной целевой аудитории. Опишите основные характеристики каждого сегмента (демографические, психографические, поведенческие, потребности и проблемы, предпочтения в коммуникации) с учетом минимум 2 аспектов.
- Задание 4.* Составьте семантическое ядро ключевых слов и словосочетаний, используемых пользователями в поисковой системе.
- Задание 5.* Разработайте структуру лендинга для продвижения конкретного продукта (товара, услуги) компании. Подберите необходимые материалы: контакты, логотип, фото, видеоматериалы, сертификаты, лицензии, отзывы и т.д. для создания лендинга.
- Задание 6.* Создайте лендинг в блочном конструкторе сайтов Tilda Publishing (сокр. Tilda).

Форма отчета по производственной практике

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Уральский государственный экономический университет»
(УрГЭУ)**

ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ

Студента	ВПИСАТЬ
Курс	ВПИСАТЬ
Форма обучения	Очная/заочная
Год набора	ВПИСАТЬ
Специальность	ВПИСАТЬ
Наименование практики	Производственная практика (по профилю специальности)
Профессиональный модуль	ПМ.03 «Организация и осуществление интернет-маркетинга»
Место практики	ФГБОУ ВО Уральский государственный экономический университет
Сроки практики	ВПИСАТЬ

Екатеринбург
20__

СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ

Часть 1	Информация о руководителях практики	стр
Часть 2	Инструктажи по созданию безопасных условий прохождения практики обучающимся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда	стр
Часть 3	Краткая характеристика места практики	стр
Часть 4	Выполнение индивидуального задания	
Часть 5	Отчет и приложения Приложение 1. Совместный рабочий график проведения практики Приложение 2. Индивидуальное задание Приложение 3. Аттестационный лист	
	Приложение 4 Содержательная часть отчета: 4.1. Аналитическая справка 4.2. Решение кейса	

Часть 1**ИНФОРМАЦИЯ О РУКОВОДИТЕЛЯХ ПРАКТИКИ**

Руководитель практики от Университета	
ФИО	ВПИСАТЬ
должность	преподаватель
ученая степень /ученое звание	ВПИСАТЬ
Кафедра	колледж
Телефон	ВПИСАТЬ
Электронный адрес	ВПИСАТЬ
Реквизиты распорядительного акта о прохождении практики	Приказ директора от ВПИСАТЬ ДАТУ ПРИКАЗА № ВПИСАТЬ
Руководитель практики от профильной организации	
Полное наименование профильной организации (по уставу)	ВПИСАТЬ
ФИО	ВПИСАТЬ
должность	ВПИСАТЬ
Телефон	ВПИСАТЬ
Электронный адрес	ВПИСАТЬ

Часть 2**ИНСТРУКТАЖИ ПО СОЗДАНИЮ БЕЗОПАСНЫХ УСЛОВИЙ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ ОБУЧАЮЩИМСЯ, ОТВЕЧАЮЩИЕ САНИТАРНЫМ ПРАВИЛАМ И ТРЕБОВАНИЯМ ОХРАНЫ ТРУДА**

Дата проведения	Вид инструктажа	Ф.И.О., должность, подпись, проводившего инструктаж	Подпись обучающегося, прошедшего инструктаж
1.1. Прохождение инструктажа по технике безопасности			
Конкретная дата, но не позднее первого дня практики ВПИСАТЬ ПЕРВЫЙ ДЕНЬ ПРАКТИКИ	Первичный		
1.2. Инструктаж по охране труда			
Конкретная дата, но не позднее первого дня практики ВПИСАТЬ ПЕРВЫЙ ДЕНЬ ПРАКТИКИ	Первичный		
1.3. Инструктаж по правилам внутреннего распорядка			
Конкретная дата, но не позднее первого дня практики ВПИСАТЬ ПЕРВЫЙ ДЕНЬ ПРАКТИКИ	Первичный		
1.4. Инструктаж по санитарным правилам (при наличии требований)			
-	-	-	-

Часть 3**КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МЕСТА ПРАКТИКИ**

Полное наименование места практики	
Адрес:	
телефон:	
E-mail:	
Официальный сайт	
Руководитель организации (ФИО, должность)	
Правоустанавливающие документы	
Основные направления деятельности (инф официального сайта, устава, ЕГРЮП и тд) Должна соответствовать ПРОФИЛЮ подготовки	

Виды работ: (из индивидуального задания)	Конкретные даты выполнения (из индивидуального задания)	Вид отчетного документа (из индивидуального задания)	Краткое описание студентом алгоритма выполнения задания	Наименование отчетного документа
1. Краткая характеристика предприятия	Конкретные даты 1 день практики	Аналитическая справка	Изучил Проанализировал Рассчитал Сделал выводы	Приложение 4.1 к отчету
2. Определение конкурентов, работающих в том же сегменте. Проведение аудита сайта компании и конкурентов: технический аудит, аудит контента, дизайна, мобильной версии.	1 и 2 ДЕНЬ ПРАКТИКИ	Решение кейса	идентифицировал, анализировал, систематизировал, распределял по категориям, рассчитал показатели, классифицировал, разрабатывал модели, алгоритмизировал, управлял, организовывал, планировал процессы исследования, осуществлял оценку результатов	Документ, который подготовил обучающийся
3. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.	3 и 4 ДЕНЬ ПРАКТИКИ	Решение кейса		Приложение 4.2 к отчету
4. Анализ сегментов целевой аудитории	5 ДЕНЬ ПРАКТИКИ	Решение кейса		Приложение 4.2 к отчету
5. Составление семантического ядра	6 и 7 ДЕНЬ ПРАКТИКИ	Решение кейса		Приложение 4.2 к отчету

ключевых слов и словосочетаний				
6. Разработка предварительной структуры лендинга.	8 и 9 ДЕНЬ ПРАКТИКИ	Решение кейса		Приложение 4.2 к отчету
7. Создание лендинга в блочном конструкторе сайтов Tilda Publishing (сокр. Tilda).	10 и 11 ДЕНЬ ПРАКТИКИ	Решение кейса		Приложение 4.2 к отчету
8. Доработка кейса и подготовка отчета	12 ДЕНЬ ПРАКТИКИ	Решение кейса		Приложение 4.2 к отчету
9. Решение кейса и подготовка отчета	ПРОМЕЖУТОК ПРАКТИКИ	Решение кейса		Приложение 4.2 к отчету

ПРИЛОЖЕНИЕ 4.1

АНАЛИТИЧЕСКАЯ СПРАВКА

ПРИЛОЖЕНИЕ 4.2

РЕШЕНИЕ КЕЙСА

ХАРАКТЕРИСТИКА И ЗАКЛЮЧЕНИЕ ОТВЕТСТВЕННОГО ЛИЦА ОТ ПРОФИЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ О РЕЗУЛЬТАТАХ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ И ВЫПОЛНЕНИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ЗАДАНИЯ

За время работы обучающийся Иванов Иван проявил себя как грамотный, добросовестный, ответственный практикант, вдумчивый, самостоятельный исследователь.

Индивидуальное задание выполнял в установленные сроки.

Программа прохождения практики выполнена в полном объеме.

Компетенции, запланированные в программе практики, в период прохождения практики освоены на достаточном уровне.

Замечания, высказанные в ходе индивидуальных консультаций и подготовки отчета, учтены и исправлены.

Отчет соответствует всем требованиям.

По результатам работы заслуживает положительной оценки.

Должность ответственного лица:

_____		_____ / _____
ФИО ответственного лица	м.п.	подпись / дата

Ознакомлен:

_____		_____ / _____
ФИО обучающегося		подпись / дата

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

(ФИО)

студент ____ курса специальности 38.02.08 Торговое дело успешно прошел(а) производственную (по профилю специальности) практику по ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга в объеме _____ часов (____ недель) с «____» _____ 20__ года по «____» _____ 20__ года
в _____ организации

(наименование)

(юридический адрес)

В ходе прохождения практики:

1. Успешно выполнил все профессиональные задачи, закрепленные в индивидуальном задании.
2. Сформированы следующие компетенции:

В ходе практики освоены общие компетенции

Наименование результата обучения	Уровень усвоения компетенций (нужное отметить)		
	Низкий	Средний	Высокий
Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам			
Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности			
Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях			
Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде			
Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста			
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			
Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях			
Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках			

В ходе практики освоены профессиональные компетенции

Наименование результата обучения	Уровень усвоения компетенций (нужное отметить)		
	Низкий	Средний	Высокий
Определять готовность веб-сайта к продвижению			
Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»			
Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети Интернет			
Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество;			
Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика.			
Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»			

Результат выполнения заданий в ходе практики _____

Дата «___» _____ 20__ г.

Представитель работодателя

_____/_____

(должность)

М. П.

Результат защиты отчета по практике _____

Итоговая оценка по практике _____

Дата «___» _____ 20__ г.

Руководитель практики

_____/_____

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПО ПРАКТИКЕ

Тестовые задания

№ задания	Содержание задания	Правильный ответ
ОК 01: Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам		
Задания закрытого типа		
1	Что самое сложное для большинства предпринимателей, когда они начинают работу в Интернете? а) планирование бюджета б) разработка плана в) оптимизация сайта г) формирование клиентской базы	Б
2	Какую пользу принесет аналитика сайта бизнесу? а) она покажет, откуда приходят посетители б) она перечислит страницы, которые не нравятся вашей аудитории в) она покажет, на какие ресурсы переходят пользователи после того, как покидают ваш сайт г) она покажет, почему посетители заходят на ваш сайт	Г
3	Вы создаете сайт компании. Для чего вам понадобится сервер? а) для управления сайтом б) на нем размещается сайт в) для продвижения сайта г) для защиты сайта	Б
4	Вы разрабатываете стратегию бизнеса онлайн. Какой ваш первый шаг? а) понять, кто ваша целевая аудитория б) изменить общую концепцию вашей компании в соответствии с целями в) сформулировать цели и уникальное торговое предложение г) определить и сегментировать аудиторию	А
5	Вы продумываете контент в рамках стратегии контент-маркетинга. Что в модели «Смотреть, думать, делать, заботиться» означает этап «Думать»? а) это фаза изучения, когда клиенты начинают искать нужные товары б) это этап планирования бюджета, когда клиенты обдумывают сумму, которую готовы потратить в) это этап действия, то есть момент совершения клиентами покупок а) г) это этап коммуникации, когда клиенты размещают в Интернете фотографии товара и оставляют отзывы о нем	А
Задания открытого типа		
1	Назовите какой термин описывает процесс классификации контента поисковыми системами?	Индексация
2	Заполните пропуск в предложении: «Поисковые системы	Ранжируют

	_____ Интернет, чтобы помочь пользователям находить контент»	
3	Заполните пропуск в предложении: «Вы настраиваете маркетинговые кампании в поисковых системах. Чтобы добиться оптимального показателя качества, вам нужно повысить _____ ключевых слов, объявлений и целевых страниц».	Релевантность
4	Назовите какой тип инструментов вам подойдет, если Вы хотите отслеживать и оценивать действия посетителей на сайте?	Инструменты веб-аналитики
5	Назовите прекрасный способ повысить эффективность поисковой оптимизации?	Обратные ссылки

ОК 02.: Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности		
Задания закрытого типа		
1	Вы хотите оптимизировать свой сайт и улучшить его позицию в результатах поиска. Если вы добавите в SEO-план «нишевые» ключевые слова, у вас может получиться? а) обойти многие крупные солидные компании б) найти дополнительные возможности привлечения трафика в) привлечь больше пользователей, чем при выборе ключевых слов с высокой популярностью г) повысить эффективность в социальных сетях	Б
2	Повышать эффективность поисковой оптимизации сайта можно разными способами, например получать обратные ссылки. Какое утверждение верно в отношении них? а) важно количество ссылок, а не их качество б) важно качество ссылок, а не их количество в) ссылки, скрытые в коде страницы, повышают эффективность поисковой оптимизации г) ссылки, скрытые в изображениях, повышают эффективность поисковой оптимизации	Б
3	Используя маркетинг в поисковых системах для продвижения вашего бизнеса, вы платите... а) когда ваше объявление появляется в результатах поиска б) когда на вашем сайте происходит конверсия в) когда кто-то нажимает на ваше объявление г) когда кто-то проводит на вашем сайте более 2 минут	В
4	Если вы хотите получать данные о том, сколько заказов оформляют на вашем сайте, где нужно разместить код отслеживания конверсий? а) на главной странице сайта б) на странице подтверждения заказа в) на странице с формой заказа г) на странице с контактными данными	Б
5	Заполните пропуск в предложении: "Вы оптимизируете кампанию в поисковых системах. Если вы добавите минус-	А

	слова, ваши объявления _____ появляться в результатах, когда пользователи ищут что-то, не имеющее к вашему бизнесу отношения". а) не будут б) точно будут в) с большей вероятностью будут г) с меньшей вероятностью будут	
Задания открытого типа		
1	Назовите как называется компания, которая находится в радиусе 5 км от клиента?	Местная компания
2	Назовите как называется программа или отличный способ взаимодействовать с пользователями всегда, даже когда они в дороге:	Мобильное приложение
3	Назовите отличный маркетинговый инструмент, который должен оптимизирован для различных устройств?	Мобильная реклама
4	Назовите какой вид таргетинга позволяет показывать объявления тем пользователям, которые уже заходили на ваш сайт?	Ретаргетинг
5	Заполните пропуск в предложении: «_____ – это фрагмент текста, который ведет на другие страницы вашего или любого другого сайта».	Гиперссылка

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		
Задания закрытого типа		
1	Вы продумываете кампанию в социальных сетях и составляете план. Какую из перечисленных целей стоит в него включить? а) укрепить моральный дух сотрудников б) повысить вовлеченность аудитории в) повысить удовлетворенность клиентов г) увеличить валовую прибыль	Б
2	Разрабатывая свои стратегии контент-маркетинга, компании ставят цели. Что можно делать, чтобы достигать их наиболее эффективным путем? а) персонализировать контент на основе доступных данных о конкретном покупателе, чтобы каждый клиент ощущал свою важность б) использовать только те каналы распространения контента, у которых наибольшее число рефералов, чтобы сэкономить средства в) определять, кто просматривает контент, и в будущем показывать рекламу только этим пользователям, чтобы увеличить продажи	Г

	г) регулярно оптимизировать стратегию контент-маркетинга в процессе, принимая во внимание доступные данные и показатели	
3	Когда мы говорим о рекламной рассылке, что мы понимаем под А/В-тестированием? а) сортировку списка контактов в алфавитном порядке б) повторную отправку одинаковых писем одним и тем же адресатам в) разделение аудитории на группы и отправку разных версий письма каждой из них г) проверку орфографии и грамматики перед отправкой письма	Б
4	У поисковой рекламы есть определенное преимущество перед медийной. Какое? а) на поисковые объявления чаще нажимают б) поисковая реклама дешевле медийной в) поисковые объявления можно создавать в разных форматах г) поисковую рекламу видят пользователи, которые ищут контент или товары по вашим ключевым словам	Г
5	Что особенно важно делать, чтобы привлекать внимание аудитории к видеоконтенту? а) размещать видео с помощью всех используемых вами инструментов цифрового маркетинга б) выбрать одну основную платформу для размещения видеоконтента в) просить знакомых распространять ваши ролики г) отправлять открытки пользователям, которым могут быть интересны ваши видео	А
Задания открытого типа		
1	Назовите помощью чего можно показывать рекламу пользователям, учитывая их действия на вашем сайте:	Ретаргетинг
2	Заполните пропуск в предложении: «Связав аккаунты Yandex Директ и Yandex Метрика, вы сможете понять, какие наиболее эффективны».	Неоплачиваемые ключевые слова
3	Назовите от чего может зависеть конкурентоспособность объявления в поисковой сети?	Величина ставки
4	Назовите что нужно сделать в первую очередь, чтобы ваш сайт было удобно просматривать с мобильных устройств?	Оптимизировать сайт
5	Заполните пропуск в предложении. С какой целью создается контент? «Развлечь, вдохновить, _____ и убедить».	Научить

ОК 04 : Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде		
Задания закрытого типа		
1	Вы продумываете кампанию в социальных сетях и составляете план. Какую из перечисленных целей стоит в него включить? а) укрепить моральный дух сотрудников б) повысить вовлеченность аудитории в) повысить удовлетворенность клиентов г) увеличить валовую прибыль	Б

2	Что из перечисленного не является преимуществом для компаний, использующих полностью интегрированные платформы электронной торговли? а) контроль наличия товаров на складах б) интегрированная функция выставления счетов в) возможность отслеживать доставку г) автоматизированная система обработки жалоб и обращений	Г
3	Вы хотите, чтобы о вашей компании узнали за границей, поэтому решили продвигать бизнес в социальных сетях. Что стоит сделать в первую очередь? а) составить один план продвижения для всех социальных сетей б) использовать фразы и мемы, популярные в выбранных регионах в) проанализировать платформы, популярные в выбранных регионах г) вообще не размещать объявления, потому что иностранные пользователи не любят рекламу в социальных сетях	В
4	Вы хотите, чтобы о вашей компании узнали потенциальные клиенты за рубежом. Что нужно сделать с контентом на сайте? а) перевести, используя только машинный перевод б) не только перевести, но и адаптировать контент для стран, в которых вы собираетесь продвигать бизнес в) перевести на родной язык г) оставить как есть, не переводить	Б
5	Назовите какой показатель можно оценить, отслеживая конверсии в поисковой сети? а) сколько всего транзакций было выполнено на вашем сайте б) сколько пользователей, нажав на объявление в поисковой сети, оказались на вашем сайте в) сколько пользователей из числа тех, кто перешел на ваш сайт по объявлению в поисковой сети, сделали заказ г) сколько клиентов благодаря объявлению стали поклонниками вашего бренда	В
Задания открытого типа		
1	Назовите, что не относится к категории параметров в веб-аналитике?	Время, которое пользователь проводит на сайте
2	Назовите, как называется выполнение пользователем действия, которое выбрано вами как цель?	Конверсия
3	Назовите, какой инструмент позволяет изучать поведение пользователей и повышать эффективность вашей стратегии цифрового маркетинга?	Веб-аналитика сайта
4	Назовите как побудить пользователя вернуться и завершить покупку, если он добавил товары в корзину, но не оформил заказ?	Ретаргетинг
5	Заполните пропуск в предложении: «Товары в интернет-магазине нужно размещать в _____ порядке»	Иерархическом

--	--	--

ОК 05.: Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста		
Задания закрытого типа		
1	Вам нужно создать презентацию на основе большого числа данных. Какого принципа следует придерживаться? а) нужно включать в презентацию все имеющиеся данные, чтобы аудитория лучше понимала, о чем идет речь б) лучше строить презентацию в форме интересного рассказа и стараться объяснить слушателям ее идеи в) нужно включать в презентацию только изображения и графики – такой формат всем нравится больше, чем таблицы и текст г) стоит провести ее как обычно, потому что все воспринимают информацию одинаково	Б
2	Что такое электронная таблица? (Excel, Google Таблицы) а) интерактивное компьютерное приложение для организации, анализа и хранения данных б) статический набор табличных данных, в котором есть функция поиска нужных полей в) инструмент для хранения больших объемов только числовых данных, без текстовых г) цифровой балансовый отчет, в котором можно отслеживать банковские транзакции	А
3	Какой шаг стоит сделать в самом начале бизнеса-онлайн? а) разослать клиентам листовки с веб-адресом компании б) разместить данные о компании в онлайн-каталогах местных фирм в) увеличить объем печатных объявлений и рекламы на билбордах г) собрать команду специалистов в сфере интернет-рекламы	Б
4	Что из перечисленного лучше всего поможет им познакомиться с вашей компанией? а) бесплатный образец одного из ваших товаров, полученный после оформления подписки на рассылку новостей б) аудиофайл, который автоматически воспроизводится при открытии сайта в) страницы с описаниями товаров и раздел часто задаваемых вопросов г) условия использования товаров, размещенные на сайте	В
5	Заполните пропуски в предложении: «Размещая рекламу для иностранных пользователей, нужно обеспечивать _____ бизнеса на новом рынке, а также учитывать различные факторы, например _____ и _____». а) доступность организацию цепи поставок законы б) финансовые возможности организацию цепи поставок язык в) новизну потребности клиентов валюту г) финансовые возможности потребности клиентов законы	А

Задания открытого типа		
1	Назовите как называется этот процесс, когда посетители вашего сайта приобретают у вас товары или услуги онлайн?	Электронная торговля
2	Назовите как называется подключенный к интернету компьютер, на котором установлено программное обеспечение для хранения всех компонентов вашего сайта?	Веб-сервер
3	Назовите данные какого типа можно получить с помощью KPI?	Долгосрочные прогнозы
4	Назовите как называется технология, которую поисковые системы используют, чтобы сканировать сайты?	Боты
5	Назовите, что помогает поисковой системе понять, какой теме посвящен сайт?	Тег заголовка

ОК 06: Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения

Задания закрытого типа		
1	Почему при размещении местной рекламы важно привлекать клиентов, пользующихся мобильными устройствами? а) мобильными телефонами пользуются на ходу б) объявления для мобильных устройств меньше по размеру и поэтому стоят дешевле обычных в) люди предпочитают смотреть рекламу на мобильных устройствах г) мобильный телефон есть у каждого	А
2	Что стоит делать, чтобы ваши видео появлялись в результатах поиска? а) создавать действительно интересный контент б) оставлять подробное описание под каждым видео в) размещать в видео явные отсылки к своей компании, например добавлять логотип г) добавлять в видео призывы к действию	Б
3	Вы хотите реализовать на сайте функции для электронной торговли. Что нужно сделать в первую очередь? а) создать интернет-магазин с интегрированной платежной системой б) подключить на сайт сервис обработки платежей онлайн. в) инвестируйте в новую платформу веб-сайта г) используйте другие платформы, такие как eBay или Etsy	А
4	Что следует делать, чтобы пользователи размещали у себя обратные ссылки на ваш сайт? а) платить им за размещение б) создавать качественный, интересный контент в) попросить своих сотрудников размещать на своих	Б

	страницах ссылки на сайт г) размещать у себя ссылки на другие ресурсы, даже если на них нет ничего интересного	
5	Вы выводите свой бизнес в интернет. Что вам нужно при этом делать? а) придерживаться той же линии поведения, что и для офлайн-бизнеса, ничего не меняя б) размещать онлайн и офлайн одинаковый контент в) принимать решения с учетом данных аналитики г) отслеживать действия клиентов в интернете с помощью аналитики	В
Задания открытого типа		
1	Назовите какой инструмент поможет вам оценить эффективность своего сайта?	Аналитика
2	Назовите какой инструмент для взаимодействия с аудиторией наиболее эффективный?	Социальные сети
3	Назовите, что нужно определить в первую очередь при разработке стратегии развития бизнеса онлайн?	Цели
4	Назовите какая модель используется для того, чтобы изучить путь к покупке в Интернете?	«Смотреть, думать, делать, заботиться» (See-Think-Do-Care)
5	Заполните пропуск: «Вложения в поисковую рекламу влияют на позицию вашего сайта _____».	В поисковых системах

ОК 07.: Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях

Задания закрытого типа		
1.	Что из перечисленного является основной целью внедрения принципов бережливого производства (lean production) на предприятии? а) Увеличение штата сотрудников для расширения производства. б) Создание запасов материалов на случай перебоев поставок. в) Максимальная загрузка оборудования, даже если продукция не востребована. г) Снижение потерь и повышение ценности продукта для потребителя.	Г
2.	Какое действие на рабочем месте в наибольшей степени соответствует принципу сохранения окружающей среды? а) Использовать одноразовую пластиковую посуду для кофе-брейков, так как ее не нужно мыть. б) Сдавать использованную бумагу и картон в макулатуру.	Б

	в) Печатать все документы в одном экземпляре и хранить их в архиве. г) Оставлять компьютер включенным на ночь, чтобы утром не ждать загрузки.	
3.	Какое из утверждений о парниковых газах является научно обоснованным? а) Основным источником парниковых газов является таяние вечной мерзлоты, на которое человек повлиять не может. б) Сжигание ископаемого топлива (уголь, нефть, газ) увеличивает концентрацию CO₂ в атмосфере, усиливая парниковый эффект. в) Парниковые газы полезны, так как защищают Землю от переохлаждения, и их количество не важно. г) Основной парниковый газ — это кислород, выделяемый заводами.	Б
4.	При срабатывании пожарной сигнализации на рабочем месте ваши первые действия должны быть: а) Быстро собрать личные вещи, документы и покинуть здание. б) Найти руководителя и уточнить, настоящая ли это тревога. в) Встать в лифт, чтобы быстрее спуститься с верхнего этажа. г) Спокойно, но быстро направиться к ближайшему эвакуационному выходу согласно плану эвакуации.	Г
5.	Предприятие решило сократить потребление электроэнергии в офисе. Какое решение в наибольшей степени соответствует принципам ресурсосбережения и экономической эффективности? а) Закупить самые дешевые лампы накаливания, так как они привычнее для глаз. б) Установить датчики движения для автоматического включения/выключения света в коридорах и санузлах. в) Удлинить рабочий день, чтобы всю работу делать при естественном освещении. г) Отключить отопление зимой и обогреваться электрическими обогревателями.	Б
Задания открытого типа		
1.	Как называется процесс возвращения отходов обратно в производственный цикл для повторного использования?	Переработка (или <i>Утилизация / Рециклинг</i>).
2.	Какой ресурс мы экономим, выключая свет в пустых помещениях?	Электроэнергия (или <i>Электричество / Энергия</i>).
3.	Какой газ, образующийся при сжигании топлива, является основным виновником парникового эффекта?	Углекислый (или <i>CO₂ / Диоксид</i>).
4.	Как на японском языке (термин) в концепции бережливого производства называются потери, которые не создают ценности?	Муда (или <i>Муда</i>).

5.	Как называется заранее разработанный документ, который показывает маршруты выходов из здания при пожаре?	План (или Схема). (Подразумевается «План эвакуации»).
----	--	--

ОК 09 : Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках		
Задания закрытого типа		
1	В чем состоит ключевое преимущество, которое компания получает от присутствия в интернете? а) возможность продавать товары клиентам напрямую в социальных сетях б) возможность появляться в результатах поиска, когда пользователи ищут в интернете компании, похожие на вашу в) возможность отправлять пользователям электронные письма с уведомлениями о новых товарах г) возможность предлагать новым клиентам скидки по промоакциям	Б
2	Вы хотите, чтобы информация о вашей компании была представлена в интернете. Какое из утверждений верно? а) с помощью мобильного приложения клиенты могут узнать больше о компании, но в нем нельзя делать заказы б) чтобы создать сайт, требуются значительные средства в) с помощью мобильных приложений клиенты могут покупать товары, не заходя на сайт г) чтобы компания могла продавать товары, у нее обязательно должен быть сайт	В
3	Что из перечисленного не стоит размещать на сайте? а) цены б) большой объем сложной научной информации и подробной статистики в) специальные предложения г) сертификаты, которые подтверждают вашу квалификацию	Б
4	На что нужно обращать внимание при создании контента для сайта? а) на то, какую информацию ищут ваши клиенты б) на свежие промоакции и скидки в) на ценности вашего бренда г) на вирусный потенциал контента	А
5	Какая из указанных целей лучше всего подходит для плана поисковой оптимизации? а) увеличить количество подписчиков и лайков в социальных сетях б) увеличить количество заинтересованных посетителей сайта в) показать сайт максимально широкой аудитории г) занять первые позиции на страницах результатов поиска по всем ключевым словам	Б
Задания открытого типа		
1	Как называются ключевые слова, исключенные из	Минус-слова

	семантического ядра рекламной кампании?	
2	Заполните пропуск в предложении: «Если вы задали для ключевых слов тип «_____», при показе вашего объявления в поисковой сети все равно могут учитываться запросы с близкими вариантами, например словами во множественном числе».	Точное соответствие
3	Назовите от какой характеристики объявления зависит показатель его качества на аукционе?	Релевантности
4	Назовите, что входит в проработанный план ведения социальных сетей?	Долгосрочный план размещения публикаций
5	Назовите каким 2-м параметрам нужно уделить особое внимание, если Вы хотите оптимизировать сайт для мобильных устройств?	высокая производительность и удобство использования

ПК 3.1 Определять готовность веб-сайта к продвижению		
Задания закрытого типа		
1	Выберите пример призыва к действию, который может встретиться на сайте. а) список телефонов, по которым пользователи могут связаться с вами б) кнопка «Проложить маршрут до магазина», при нажатии которой открывается карта с указанием, как добраться до магазина из текущего местоположения клиента в) кнопка со значком, при нажатии которой открывается ваш профиль в социальной сети г) телефон горячей линии, по которому клиенты могут оформить и оплатить свои заказы	Б
2	Почему оптимальное использование точек взаимодействия с клиентами в Интернете выгодно для бизнеса? а) владельцы компаний могут добавлять всплывающие объявления на каждом этапе пути к покупке – это делает бренд запоминаемым б) владельцы компаний могут экономить на интернет-рекламе в) при каждом взаимодействии с брендом клиенты осознают его ценность – это позволяет завоевать доверие клиентов г) владельцы компаний могут собирать больше данных о потенциальных клиентах	В
3	Вы сформулировали свое уникальное торговое предложение. Как его можно будет использовать в долгосрочной стратегии развития бизнеса онлайн? а) включить в маркетинговые материалы для всех каналов, чтобы повысить узнаваемость бренда б) создать рекламную рассылку и рассказать в ней о том, что отличает вашу компанию от других в) снять ролик, в котором объясняется суть вашего уникального торгового г) предложения, и разослать видео сотрудникам	А

	д) создать пресс-релиз и распространить его по своим каналам	
4	Почему важно размещать информацию о компании в поисковых системах? а) чтобы пользоваться поиском, люди платят деньги, поэтому в поисковой системе б) можно найти платежеспособных покупателей в) пользователи поисковых систем активно ищут информацию, товары и услуги поисковые системы очень популярны г) через поисковые системы можно гарантированно найти новых клиентов	В
5	Какой из заголовков лучше всего подходит для веб-страницы, на которой описаны правила возврата, действующие в магазине? а) как вернуть товар б) название компании: правила возврата в) правила возврата г) правила компании	Б
Задания открытого типа		
1	Как называется сайт, который содержит одно торговое предложение, подразумевает для посетителя одно целевое действие, чтобы воспользоваться этим предложением и разрабатывается под одну рекламную кампанию?	Лендинг
2	Назовите вид таргетинга, который позволяет показывать объявления тем пользователям, которые уже заходили на ваш сайт?	Ретаргетинг
3	Назовите инструмент, который позволяет отслеживать и оценивать действия посетителей на сайте?	Веб-аналитика
4	К какому виду сайтов относятся следующие: интернет-магазин, корпоративный портал, лендинг, портфолио, промо-сайт, сайт-витрина, сайт-визитка?	Коммерческие
5	На каком этапе воронки AARRR (Привлечение, Активация, Удержание, Доход, Виральность) пользователи впервые сталкиваются с сообщением, которое до них доносят, и как-то на это сообщение реагируют?	Привлечение

ПК 3.2 Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»		
Задания закрытого типа		
1	Выберите пример местного поискового запроса. а) «магазин автотоваров поблизости» б) «магазин автотоваров в России» в) «местный автосалон» г) «магазины автотоваров»	А

2	Какое преимущество вы получите, разместив информацию о своей компании в интернет-каталогах местных фирм? а) скидку на проведение рекламных кампаний в поисковой сети б) более высокие шансы на попадание в результаты поиска в) более частые упоминания в социальных сетях г) гарантированные заказы со стороны местных клиентов	Б
3	Размещая информацию о своей компании в каталоге местных фирм, нужно в первую очередь указать три пункта. Какие именно? а) физический адрес компании, адрес сайта и номера телефонов б) название компании, ее адрес и номера телефонов в) адрес сайта, номера телефонов и адрес электронной почты г) название компании, адрес электронной почты и адрес сайта	Б
4	Поисковая система может определить, находится ли компания в том же районе, где пользователь выполняет поиск. Выберите данные, на которые при этом опирается система. а) опубликованные на сайте сведения о местоположении, качественный контент, оптимизация сайта для мобильных устройств б) опубликованные на сайте сведения о местоположении, список местных магазинов, форма для связи в) качественный контент, список местных поставщиков, сведения о местоположении г) геотеги на фотографиях, качественный контент, оптимизация сайта для мобильных устройств	А
5	Чтобы привлечь местных клиентов, важно оптимизировать сайт и контент для пользователей мобильных устройств. Почему это так? а) потому что вне дома местные пользователи, как правило, заходят в интернет с мобильных устройств б) потому что мобильные устройства скоро заменят собой компьютеры в) потому что все пользуются интернетом на мобильных устройствах г) потому что мобильный маркетинг более прибыльный	А
Задания открытого типа		
1	На каком этапе воронки AARRR (Привлечение, Активация, Удержание, Доход, Виральность) новые пользователи пробуют продукт и впервые понимают в чем его ценность? Происходят Onboarding (обучение) и Aha-moment (понимание, нужен продукт или нет).	Активация
2	Что нужно сделать с сайтом, чтобы его было удобно просматривать с мобильных устройств?	Оптимизировать
3	Как называются ключевые слова, исключенные из рекламной кампании (семантического ядра)?	Минус-слова
4	Как называется потенциальный клиент, который проявил	Лид

	интерес к продукту или услуге и оставил свои контактные данные (заполнил форму на сайте, подписался на рассылку или позвонил по номеру, указанному в рекламе и т.д.)?	
5	Как называется соотношение количества посетителей сайта, выполнивших необходимое действие (покупку товара, переход на карточку товара, оформление подписки и др.) к общему количеству посетителей?	Конверсия

ПК 3.3 Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети Интернет		
Задания закрытого типа		
1	Что понимается под адаптивным дизайном сайта? а) посетители могут вручную настраивать размеры страниц сайта б) страницы сайта автоматически подстраиваются под устройство пользователя в) посетители могут оставлять отзывы о дизайне сайта г) сайт быстрее откликается на нажатия кнопок и других элементов	Б
2	Вы хотите оптимизировать сайт для мобильных устройств. Какому из указанных параметров нужно уделить особое внимание? а) минимум контента и изображений б) удобство использования в) удобство использования и минимум контента г) небольшое количество видеоконтента	Б
3	Если пользователи уже установили ваше приложение, каким способом вы можете отправлять им сообщения? а) SMS б) Pull-уведомления в) Push-уведомления г) уведомления по электронной почте	В
4	Какие ключевые слова следует выбирать, если принять во внимание, что пользователи будут искать информацию о вашей компании с помощью мобильных устройств? а) нишевые ключевые слова б) короткие ключевые слова и фразы в) длинные ключевые слова и фразы г) ключевые слова с точным соответствием	Б
5	Прежде чем разместить объявления в поисковой сети, нужно убедиться, что ваш сайт оптимизирован для мобильных устройств. В каком примере такая оптимизация лучше всего описана с точки зрения клиента? а) у компании вместо сайта есть мобильное приложение б) на сайте указаны номера телефонов компании в) сайт хорошо работает на различных мобильных устройствах г) сайт быстро загружается, так как на нем нет видеороликов	В

Задания открытого типа		
1	Как называется целевое действие в обмен на какую-то ценность?	СТА (призыв к действию)
2	Как называется сайт для сбора контактов?	лендинг
3	Как называется выпадающий список, в котором пользователь может выбрать один вариант ответа?	дропдаун
4	Как называется один вариант ответа, куда пользователь ставит «галочку»?	чекбокс
5	Как называется командная интеллектуальная игра?	квиз

ПК 3.4 Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество		
Задания закрытого типа		
1	Какой показатель поможет вам определить наиболее удачную публикацию – ту, что больше всего заинтересовала читателей вашего блога? а) длительность сеанса б) число просмотров страницы в) трафик переходов г) число уникальных просмотров страницы	А
2	Вы хотите создать рассылку по электронной почте. Что нужно сделать в первую очередь? а) подготовить подборку шаблонов для электронных писем б) создать форму обратной связи в) найти способ узнать у клиентов их адреса электронной почты г) определить бюджет	В
3	Выберите функцию, которая чаще всего встречается в сервисах для организации рассылок по электронной почте. а) доступ к специальным персонализированным шаблонам б) доступ к бесплатному списку адресов электронной почты, которые можно использовать в рассылке в) возможность для пользователей отказаться от рассылки г) автоматизация рекламной кампании в поисковой сети	В
4	Вы рассылаете электронные письма своим клиентам. Что при этом стоит делать? а) определять наиболее эффективные темы писем с помощью А/В-тестирования б) отправлять всем клиентам из базы контактов одинаковые письма с простым и однотипным содержанием в) включать в письмо достаточно материалов, чтобы пользователям не приходилось переходить по ссылкам в поисках дополнительной информации г) добавлять призыв к действию только на той целевой странице, ссылка на которую есть в письме	А
5	Если у электронных писем низкая открываемость, как это можно исправить? а) изменить дизайн сайта б) изменить цвет кнопок в тексте письма	Г

	в) отправить письмо большему числу клиентов г) изменить тему письма	
Задания открытого типа		
1	Как называется предположение или догадка, утверждение, которое, в отличие от аксиом, постулатов, требует доказательства?	Гипотеза
2	Как называется рекламное объявление, которое показывается пользователям социальных сетей и не только по определенным критериям?	Таргетированная реклама
3	По какому принципу работает таргетированная реклама в социальных сетях?	Принцип аукциона
4	Как называют человека, мнение которого является важным для большого числа людей, «лидера мнений»?	инфлюенсер
5	Как называется вид рекламы как посты, которые размещают в блогах, сообществах и пабликах?	посев

ПК 3.5 Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика		
Задания закрытого типа		
1	Выберите верное утверждение о размещении объявлений через рекламную сеть. а) чтобы разместить рекламу на сайте, необходимо связаться с его владельцем б) рекламная сеть передает сведения о показателе CTR в) рекламная сеть передает сведения об именах пользователей, которые нажали на объявление г) после того, как бюджет будет исчерпан, объявление будет показываться в рекламной сети ещё семь дней	Б
2	Пользователь добавил товар в корзину, но потом покинул сайт. Какую из перечисленных тактик нужно применить, чтобы клиент вернулся на сайт и совершил покупку? а) ремаркетинг с показом медийного объявления, в котором предлагается подписаться на рассылку б) смена дизайна сайта в) создание страницы компании в сети VK г) ретаргетинг с показом медийного объявления, в котором предлагается скидочный купон	Г
3	Что нужно сделать в первую очередь при настройке ремаркетинга в контекстно-медийной сети? а) подобрать ключевые слова б) определить целевую аудиторию в) написать текст объявления г) добавить призыв к действию	Б
4	Заполните пропуск в предложении. Для создания видео о своем бизнесе или продукте владельцу маленькой компании потребуется только _____. а) агентство, команда профессионалов и оборудование б) креативность, большой опыт и огромный бюджет в) креативность, планирование и бюджет любого размера г) креативность, планирование и высококачественное оборудование	В

5	Как использовать преимущества видеоконтента при продвижении своих продуктов или услуг, если вы не снимаете собственные ролики? а) это невозможно б) размещать рекламу в видео других людей в) использовать вместо роликов изображения с призывами к действию г) делиться ссылками на видео других людей	Б
Задания открытого типа		
1.	Укажите как называется неидеальный продукт, который всё же выполняет основную функцию и уже представлен пользователям?	минимально жизнеспособный продукт (MVP)
2.	Укажите метод, который предполагает классификацию функций продукта на основе того, как они воспринимаются пользователями, и выявлении тех, которые могут значительно повысить удовлетворенность клиентов?	метод Кано
3.	Укажите как называется метод, который включает одновременный запуск двух версий продукта или процесса для оценки их эффективности?	A/B-тестирование
4.	Укажите как называется то, что дает пользователю основания для совершения действия, своего рода «толчок», побуждающий действовать?	триггер
5.	Укажите как называется группа людей или компаний, которая является целевой группой потребителей определённых продуктов или услуг?	Целевая аудитория

ПК 3.6 Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"		
Задания закрытого типа		
1	Компания начинает использовать видео в своей стратегии интернет-рекламы. Какой из перечисленных ниже способов будет полезен для клиентов? а) проведение на сайте прямых трансляций из обычного магазина компании б) публикация на сайте видеоинструкций в) создание видеороликов для кампании по стимулированию сбыта г) размещение личных видеоблогов	Б
2	Использование видео в рекламной рассылке и социальных сетях – эффективный инструмент. Какого результата можно добиться с его помощью? а) увеличить число обращений по рекомендациям б) привлечь пользователей и обеспечить рост аудитории в) гарантировать продажи вашего продукта или услуги г) снизить стоимость разработки контента	Б
3	Ваша ключевая бизнес-цель заключается в том, чтобы клиенты бронировали номера в гостинице. Какая информация вам будет наиболее интересна?	Г

	а) количество времени, которое посетители проводят на странице с информацией о местоположении гостиницы б) день недели, в который потребители чаще всего бронируют номера в) популярность вашего смешного твита г) количество ночей, забронированных посетителями вашего сайта в вашей гостинице	
4	Заполните пропуск в предложении: «Если эффективность объявления невысока, стоит _____». а) разместить объявление в другой поисковой системе б) изменить текст объявления и проанализировать результаты в) обратиться в рекламное агентство г) удалить объявление и составить новое	Б
5	Чем может быть полезен цикл Деминга? а) он позволяет эффективно использовать собранные маркетинговые данные б) он помогает оценить уровень конкуренции в) он показывает, почему ваш сайт нравится пользователям г) он позволяет отобразить собранные данные в наглядной форме	А
Задания открытого типа		
1	Расходы на рекламную кампанию составили 200000 руб. На сайт зашло 2500 посетителей. Рассчитайте стоимость привлечения 1 посетителя в руб. Ответ запишите в формате 32 руб	80 руб.
2	На сайт зашло 2500 посетителей. 550 человек позвонили в компанию. Рассчитайте конверсию в звонки в %. Ответ округлите до целых, запишите в формате 34%.	22%
3	550 человек позвонили в компанию. 400 из них сделали заказ. Рассчитайте конверсию в заказы в %. Ответ округлите до целых, запишите в формате 34%.	73%
4	Расходы на рекламную кампанию составили 200000 руб. Заказ сделало 400 человек. Рассчитайте стоимость 1 заказа. Ответ запишите в формате 32 руб	500 руб.
5	Расходы на рекламу за анализируемый период - 200000 руб. Выручка от продаж – 585000 руб. Рассчитайте возврат на рекламные расходы, (ROAS), %. Ответ округлите до целых, запишите в формате 34%.	293%