


ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ «АКБУЛАКСКИЙ
ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ ТЕХНИКУМ»

Утверждаю директор
 ГАПОУ «АПТ»
Симакова Е.В.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПП.03 ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга

2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|-----------|
| 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ | 3 |
| 1.1. Цель и место производственной практики в структуре образовательной программы: | 3 |
| 1.2. Планируемые результаты освоения производственной практики .. | 4 |
| 1.3. Обоснование часов производственной практики в рамках вариативной части ОПОП-П..... | 5 |
| 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ | 7 |
| 2.1. Трудоемкость освоения производственной практики | 7 |
| 2.2. Структура производственной практики | 7 |
| 2.3. Содержание производственной практики | 9 |
| 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ | 11 |
| 3.1. Материально-техническое обеспечение производственной практики | 11 |
| 3.2. Учебно-методическое обеспечение | 11 |
| 3.3. Общие требования к организации производственной практики ... | 12 |
| 3.4. Кадровое обеспечение процесса производственной практики | 12 |
| 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ | 13 |

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Цель и место производственной практики в структуре образовательной программы:

Рабочая программа производственной практики (ПП) является частью программы подготовки специалистов в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело _____
(код и наименование специальности, профессии)

и реализуется в профессиональном цикле после прохождения междисциплинарных курсов (МДК.03.01 Технология интернет-маркетинга и МДК 03.02 Проведение и анализ рекламных кампаний в социальных медиа для привлечения пользователей в _____ интернет-сообщество) в рамках профессиональных модулей в соответствии с учебным планом (п. 5.1. ОПОП-

| | | |
|---|---|--|
| <p><u>ПП.03 Производственная практика</u> код и наименование ПП</p> | <p><u>ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга</u> код и наименование ПМ</p> | <p><u>МДК. 03.01 Технология интернет-маркетинга</u> код и наименование МДК <u>МДК 03.02 Проведение и анализ рекламных кампаний в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество</u> код и наименование МДК</p> |
|---|---|--|

П): _____

Производственная практика направлена на развитие общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

| Код ОК / ПК | Наименование ОК / ПК |
|-------------|---|
| ОК.01 | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам |
| ОК.02 | Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности |
| ОК.03 | Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях |
| ОК. 04 | Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде |
| ОК. 05 | Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста |
| ОК 08 | Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности |
| ОК 09. | Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках |

| | |
|--------|--|
| ПК 3.1 | Определять готовность вебсайта к продвижению |
|--------|--|

| | |
|--------|---|
| ПК 3.2 | Анализировать интернет пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно телекоммуникационной сети «Интернет» |
| ПК 3.3 | Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки |
| 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» |

Цель производственной практики: приобретение практического опыта в рамках профессиональных модулей данной ОПОП-П по виду деятельности ВД.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга и соответствующие ему общие и профессиональные компетенции.

1.2. Планируемые результаты освоения производственной практики

В результате прохождения производственной практики по видам деятельности, предусмотренным ФГОС СПО и запросам работодателей, обучающийся должен получить практический опыт:

| Наименование вида деятельности | Практический опыт/ умения |
|---|---|
| ВД.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга | Практический опыт: - проведения технического анализа аудируемого веб-сайта; - проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта; - проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта |
| | Практический опыт: - 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. |
| | Практический опыт определения стратегии продвижения в социальных сетях оформления заявочных и платежных документов участников торговопромышленной выставки; |
| | Практический опыт: - размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет»; - размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет» |

| |
|--|
| Практический опыт разработки лендинга. |
| Практический опыт: - 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. |

1.3. Обоснование часов производственной практики в рамках вариативной части ОПОП-П

| Код ПП | Код ПК/дополнительные (ПК*, ПКц) | Практический опыт | Наименование темы практики | Объем часов ПП | Обоснование увеличения объема практики |
|--------|---|---|--|----------------|---|
| ПП. 03 | ПК.3.1., ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 | <ul style="list-style-type: none"> - 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 | <ol style="list-style-type: none"> 1. Проведение технического анализа аудируемого веб сайта. 2. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб сайта. 3. Проведение аудита визуально эстетического решения аудируемого вебсайта. 4. Анализ поисковой выдачи. 5. Анализ веб сайтов конкурентов из поисковой выдачи. 6. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» 7. Определение стратегии поискового продвижения. 8. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, | 72 | По запросу работодателя ООО «Агроторг» увеличено количество часов учебной практики с целью отработки практических навыков при организации и осуществлении интернет-маркетинга |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| | | <p>пространстве на основе данных из поисковых систем;</p> <ul style="list-style-type: none"> - определения стратегии продвижения в социальных сетях оформления заявочных и платежных документов участников торгового промышленной выставки; - размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет»; размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет» | <p>используемых при поисковом продвижении. 9. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем. 10. Определение стратегии продвижения в социальных сетях. 11. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». 12. Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p> | | |
| Объем производственной практики в рамках вариативной части ОПОП-П -72 ак.ч. | | | | | |

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Трудоемкость освоения производственной практики

| Код ПП | Объем, ак.ч. | Форма проведения производственной практики (концентрированно/рассредоточено) | Курс / семестр | Форма промежуточной аттестации |
|----------|--------------|--|----------------|--------------------------------------|
| ПП. 03 | 36 | концентрированно | 3/5 | X |
| ПП. 03 | 72 | концентрированно | 3/6 | Комплексный дифференцированный зачет |
| Всего ПП | | X | X | X |

2.2. Структура производственной практики

| Код ПК | Наименование разделов профессионального модуля | Виды работ | Наименование тем производственной практики | Объем часов |
|---|--|---|--|-------------|
| ПП.03 ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга | | | | 108 |
| ПК.3.1. ПК 3.2 ПК 3.3 | Раздел 1. Технология интернет-маркетинга | <ul style="list-style-type: none"> - Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта. - Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта. - Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта. - Анализ поисковой выдачи. - Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи. - Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно телекоммуникационной сети «Интернет» - Определение стратегии поискового продвижения. - Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении. - Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе | <ul style="list-style-type: none"> Тема 1.1 Анализ готовности вебсайта к продвижению Тема 1.2 Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при работе в сети «Интернет» Тема 1.3 Оформление заявочных и платежных документов участников торгово-промышленной выставки | 54 |

| | | | | |
|----------------------------|---|--|---|-----------|
| | | данных из поисковых систем. | | |
| ВСЕГО ПО РАЗДЕЛУ 1 | | | | 54 |
| ПК 3.4 ПК 3.5 ПК 3.6 | Раздел 2. Проведение и анализ рекламных кампаний в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество | <ul style="list-style-type: none"> - Определение стратегии продвижения в социальных сетях. - Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». - Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». - Разработка лендинга. - Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц вебсайта посетителями, пришедшими по ссылкам | <p>Тема 2.1 Организация и проведение рекламной кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество</p> <p>Тема 2.1 Составление технического задания в соответствии требованиям заказчика</p> <p>Тема 2.3 Аналитическая работа по реализации стратегий продвижения</p> | 54 |

| | | | | |
|-------|--|--|--|----|
| | | из систем контекстно медийной рекламы. - Анализ показателей эффективности проведения контекстно медийной рекламной кампании. Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории. | в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | |
| ВСЕГО | | | ПО РАЗДЕЛУ 2 | 54 |

2.3. Содержание производственной практики

| Наименование разделов профессионального модуля и тем производственной практики | Содержание работ | Объем, ак.ч. |
|--|---|--------------|
| ПП.03 ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга | | 108 |
| Раздел 1. Технология интернет-маркетинга | | 54 |
| Тема 1.1 Анализ готовности вебсайта к продвижению | Содержание Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта. | 18 |
| Тема 1.2 Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при работе в сети «Интернет» | Содержание Анализ поисковой выдачи. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Определение стратегии поискового продвижения. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении. | 18 |
| Тема 1.3 Оформление заявочных и платежных документов участников торгово-промышленной выставки | Содержание Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем. Оформление на участие в торговопромышленной выставке. | 18 |
| Раздел 2. Проведение и анализ рекламных кампаний в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество | | 52 |
| Тема 2.1 Организация и проведение рекламной кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество | Содержание Определение стратегии продвижения в социальных сетях. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Размещение медийных рекламных объявлений в | 18 |

| | | |
|--|---|-----------|
| | социальных медиа информационно телекоммуникационной сети «Интернет». | |
| Тема 2.2 Составление технического задания в соответствии требованиям заказчика | Содержание | 12 |
| | Разработка лендинга. | |
| Тема 2.3 Аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | Содержание | 22 |
| | Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании. Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории. | |
| Промежуточная аттестация в форме комплексного дифференцированного зачета | | 2 |

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Материально-техническое обеспечение производственной практики

Производственная практика проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся по специальности 38.02.08 Торговое дело.

База прохождения производственной практики должна быть укомплектована оборудованием, техническими средствами обучения в объеме, позволяющем выполнять определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью обучающихся. База практики должна обеспечивать безопасные условия труда для обучающихся.

При определении мест производственной практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются рекомендации медико-социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации, относительно рекомендованных условий и видов труда.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491722>

2. PR в сфере коммерции: учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. И. М. Синяевой. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 298 с. — (Среднее профессиональное образование). — ISBN 978-5-9558-0614-3. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1018359> (дата обращения: 18.04.20252). - Режим доступа: по подписке.

3.2.2. Дополнительные источники

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

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

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

3.3. Общие требования к организации производственной практики

Производственная практика проводится в профильных организациях на

основе договоров, заключаемых между образовательной организацией СПО и профильными организациями.

В период прохождения производственной практики обучающиеся могут зачисляться на вакантные должности, если работа соответствует требованиям программы производственной практики.

Сроки проведения производственной практики устанавливаются образовательной организацией в соответствии с ОПОП-П по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Производственная практика реализуется в форме практической подготовки и проводится непрерывно при условии обеспечения связи между теоретическим обучением и содержанием практики.

3.4. Кадровое обеспечение процесса производственной практики

Организацию и руководство производственной практикой осуществляют руководители практики от образовательной организации и от профильной организации.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

| Индекс ПП | Код ПК, ОК | Основные показатели оценки результата | Формы и методы контроля и оценки |
|--------------|---------------|--|---|
| ПП.03 | ПК 3.1 | <ul style="list-style-type: none"> - выявляет технические ошибки в работе веб-сайта; - документирует выявленные ошибки в работе веб-сайта; - формулирует предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити); - выявляет технические преимущества веб-сайтов конкурентов; - выявляет особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины; - использует инструменты для проведения технического аудита | <p>Оценка выполнения производственного задания</p> <p>аттестационный лист, дневник, отчет по производственной практике, подтверждающие практический опыт, полученный на практике.</p> <p>Комплексный дифференцированный зачет по практике</p> |
| | ПК 3.2 | <ul style="list-style-type: none"> - определяет факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче; - составляет список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи; - актуализирует информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; - анализирует собранную информацию и принимает решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины; - составляет список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; - анализирует релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта; - анализирует список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию | |
| | ПК 3.3 | <ul style="list-style-type: none"> - определяет маркетинговые стратегии; - составляет SMM-стратегии; - составляет контент-планы; | |

| | | | |
|--|--------|---|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> - создает стратегии продвижения; - проводит сегментацию целевой аудитории для разных задач и продуктов | |
| | ПК 3.4 | <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывает уникальные торговые предложения; - разрабатывает рекламные модули; - создает стратегии продвижения; - сегментирует целевую аудиторию для разных задач и продуктов; - обосновывает выбор целевой аудитории; - создает тексты и рекламные слоганы | |
| | ПК 3.5 | <ul style="list-style-type: none"> - создает тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций; - различает виды текстов; - рассчитывает бюджет на создание лендинга; - составляет техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций; - определяет СТА для лендингов; - работает с бесплатными сервисами создания лендингов; - создает уникальное торговое предложение для определенных задач; - работает с сервисами рассылок. | |
| | ПК 3.6 | <ul style="list-style-type: none"> - составляет информационно аналитические справки; - оформляет отчетные документы. | |
| | ОК 01 | <ul style="list-style-type: none"> - распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; - выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; - составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; - демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; - реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) | |
| | ОК 02 | <ul style="list-style-type: none"> - определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска; | |

| | | |
|-------|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска; - оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач. | |
| ОК 04 | <ul style="list-style-type: none"> - демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды; - в ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ | |
| ОК 05 | <ul style="list-style-type: none"> - грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами, - демонстрирует толерантность в рабочем коллективе | |
| ОК 08 | <ul style="list-style-type: none"> - применяет рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности; - пользуется средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной профессии (специальности) | |
| ОК 09 | <ul style="list-style-type: none"> - понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы; - участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; - строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; - кратко обосновывает и объясняет свои действия; - пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы. | |