

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ «АКБУЛАКСКИЙ
ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ ТЕХНИКУМ»

Утверждаю директор

 ГАПОУ «АПТ»
Симакова Е.В.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

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

2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	3
1.1. Цель и место учебной практики в структуре образовательной программы:	3
1.2. Планируемые результаты освоения учебной практики	4
1.3. Обоснование часов учебной практики в рамках вариативной части ОПОП-П	6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	7
2.1. Трудоемкость освоения учебной практики	7
2.2. Структура учебной практики	7
2.3. Содержание учебной практики	9
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ .	11
3.1. Материально-техническое обеспечение учебной практики	11
3.2. Учебно-методическое обеспечение	11
3.3. Общие требования к организации учебной практики	11
3.4. Кадровое обеспечение процесса учебной практики	12
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	13

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

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

Рабочая программа учебной практики является частью программы подготовки специалистов в соответствии с ФГОС СПО по профессии / 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- П):

<i>УП. 03 Учебная практика</i>	<i>ПМ.03 Организация и</i>	<i>МДК. 03.01</i>	<i>Технология</i>
<i>код и наименование УП</i>	<i>осуществление интернет-</i>	<i>интернет-маркетинга</i>	
	<i>маркетинга</i>	<i>код и наименование МДК</i>	
	<i>код и наименование ПМ</i>	<i>МДК 03.02 Проведение и анализ</i>	
		<i>рекламных кампаний в</i>	
		<i>социальных медиа для</i>	
		<i>привлечения пользователей в</i>	
		<i>интернет-сообщество</i>	
		<i>код и наименование МДК</i>	

Учебная 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 учебной практики: формирование первоначальных практических профессиональных умений в рамках профессионального модуля 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 учебной практики

В результате прохождения учебной практики по видам деятельности, предусмотренным ФГОС СПО и запросам работодателей, обучающийся должен получить практический опыт (сформировать умения):

Наименование вида деятельности	Практический опыт / умения
ВД.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга	1 Определять готовность вебсайта к продвижению: - 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
	2 Анализировать интернет пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»: - 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;

	<ul style="list-style-type: none"> - 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.
	<p>3 Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять маркетинговые стратегии; - составлять smm-стратегии; - составлять контент-планы; - создавать стратегии продвижения; - сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; - оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки;
	<p>4 Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.
	<p>5 Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.
	<p>6 Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять информационно-аналитические справки; - оформлять отчетные документы.

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

УП	Код ПК/дополнительные (ПК*, ПКц)	Практический опыт	Наименование темы практики	Объем часов	Обоснование увеличения объема практики
УП.03	ПК.3.1., ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6	Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки	Тема 3.1 Порядок оформления заявочных и платежных документов участников торгово-промышленной выставки	12	По запросу работодателя ООО «Агроторг» увеличено количество часов учебной практики с целью отработки практических навыков при организации и осуществлении интернет-маркетинга
		Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество	Тема 4.1 Порядок организации и проведения рекламной кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество	12	
		Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика	Тема 5.1 Порядок составления технического задания в соответствии с требованиями и заказчика	12	

Всего академических часов учебной практики в рамках вариативной части ОПОП-П -36

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Трудоемкость освоения учебной практики

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

2.2. Структура учебной практики

Код ПК	Наименование разделов профессионального модуля	Виды работ	Наименование тем учебной практики	Объем часов
УП.03 ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга				72
ПК.3.1. ПК 3.2 ПК 3.3	Раздел 1. Технология интернет-маркетинга	<ul style="list-style-type: none"> - 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 вебсайтов 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 	<p>Тема 1.1 Анализ готовности вебсайта к продвижению</p> <p>Тема 1.2 Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при работе в сети «Интернет»</p> <p>Тема 1.3 Оформление заявочных и платежных документов участников торгово-промышленной выставки</p>	36

		<p>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; оформлять заявочные и платежные документы участников торгового промышленной выставки;</p>		
ВСЕГО П			Э РАЗДЕЛУ 1	36
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"> - 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. - создания текстов для социальных сетей, для 	Тема 2.1 Организация и проведение рекламной кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество Тема 2.1 Составление технического задания в соответствии	12

		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. - составлять информационно-аналитические справки; оформлять отчетные документы.	требованиям заказчика Тема 2.3 Аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	
ВСЕГО ПО			О РАЗДЕЛУ 2	36

2.3. Содержание учебной практики

Наименование разделов профессионального модуля и тем учебной практики	Содержание работ	Объем, ак.ч.
УП.03 ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга		72
Раздел 1. Технология интернет-маркетинга		36
Тема 1.1 Анализ готовности вебсайта к продвижению	Содержание Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование. Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита	12
Тема 1.2 Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при работе в сети «Интернет»	Содержание Составление списка ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи. Создание информационных материалов методического характера Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа	12

Тема 1.3 Оформление заявочных и платежных документов участников торгово-промышленной выставки	Содержание Подготовка торгово-промышленной выставки. Оформление заявочных и платежных документов участников торговопромышленной выставки Разработка уникальных торговых предложений	12
Раздел 2. Проведение и анализ рекламных кампаний в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество		34
Тема 2.1 Организация и проведение рекламной кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет- сообщество	Содержание Разработка рекламных модулей. Разработка стратегии продвижения товаров. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара. Оценка эффективности рекламной кампании.	12
Тема 2.2 Составление технического задания в соответствии требованиям заказчика	Содержание Составление технического задания в соответствии требованиям заказчика	12
Тема 2.3 Аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Содержание Разработка стратегии продвижения в сети Интернет, оценка эффективности стратегии.	10
Промежуточная аттестация в форме комплексного дифференцированного зачета		2

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Материально-техническое обеспечение учебной практики

Лаборатория «Предпринимательства и интернет - маркетинга», необходимых для реализации модуля, оснащенная в соответствии с приложением 3 ОПОП-П.

Оснащенные базы практики реализуется, в том числе на рабочих местах ООО "Агроторг", при проведении практических занятий, выполнении курсовой работы, всех видов практики, включает в себя отдельные лекционного типа, семинары, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

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: 18.06.2022). - 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 учебной практики

Учебная практика проводится в учебно-производственных мастерских, лабораториях и иных структурных подразделениях образовательного учреждения, либо в организациях в специально оборудованных помещениях на основе договоров между организацией, осуществляющей деятельность по образовательной программе соответствующего профиля, и образовательным

учреждением.

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

Учебная практика реализуется в форме практической подготовки и проводится путем чередования с теоретическими занятиями по дням (неделям) при условии обеспечения связи между теоретическим обучением и содержанием практики.

3.4. Кадровое обеспечение процесса учебной практики

Учебная практика проводится преподавателями дисциплин профессионального цикла.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Индекс УП	Код ПК, ОК	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
УП.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>Дневник практики, аттестационный лист подтверждающие практический опыт, полученный на 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; - 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;

		<p>- структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска;</p> <p>оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач;</p> <p>используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</p>	
	ОК 04	<p>- демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды;</p> <p>в ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ</p>	
	ОК 05	<p>- грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами;</p> <p>демонстрирует толерантность в рабочем коллективе</p>	
	ОК 08	<p>- применяет рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности;</p> <p>пользуется средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной профессии (специальности)</p>	
	ОК 09	<p>- понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы;</p> <p>- участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;</p> <p>- строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;</p> <p>- кратко обосновывает и объясняет свои действия;</p> <p>пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие</p>	