

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»  
Институт экономики, информационных технологий и креативных индустрий  
Факультет информационных технологий и экономики  
Кафедра экономики и управления

УТВЕРЖДАЮ:

Директор Института экономики,  
информационных технологий и креативных индустрий



Кожевникова Т.М.  
«25» февраля 2026г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**  
**ПМ.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА**  
**образовательной программы среднего профессионального образования - программа**  
**подготовки специалистов среднего звена по специальности**

38.02.08 Торговое дело

**Коммерция и осуществление интернет-маркетинга**

Квалификация  
«Специалист торгового дела»

Год набора 2026

Тамбов 2026

**Разработчик(и) программы:**

Кондрашова И.С. к.э.н., доцент, преподаватель кафедры экономики и управления Факультета информационных технологий и экономики Института экономики, информационных технологий и креативных индустрий ФГБОУ ВО «ТГУ им. Г.Р. Державина»

Федорова А.Ю., к.э.н., доцент, преподаватель кафедры экономики и управления Факультета информационных технологий и экономики Института экономики, информационных технологий и креативных индустрий ФГБОУ ВО «ТГУ им. Г.Р. Державина»

Вейс Е.В., к.э.н., преподаватель кафедры экономики и управления Факультета информационных технологий и экономики Института экономики, информационных технологий и креативных индустрий ФГБОУ ВО «ТГУ им. Г.Р. Державина»

**Эксперт:**

Севостьянов Алексей Юрьевич, генеральный директор ООО «Скобеев и партнеры»

Рабочая программа разработана на основе ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело, с учетом ПОП и утверждена на заседании кафедры экономики и управления Факультета информационных технологий и экономики Института экономики, информационных технологий и креативных индустрий 12 ноября 2025г. протокол № 6.

## СОДЕРЖАНИЕ

|                                                                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля.....                                      | 4  |
| Структура и содержание профессионального модуля.....                                                      | 8  |
| Методические указания для обучающихся по профессиональному модулю.....                                    | 26 |
| Условия реализации программы дисциплины                                                                   | 28 |
| Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)..... | 33 |

# **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ «ПМ.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА»**

## **1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля**

Рабочая программа профессионального модуля (ПМ) «Организация и осуществление интернет-маркетинга» является частью основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) в соответствии с ФГОС СПО 38.02.08 Торговое дело.

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности «Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

### **1.1.1. Перечень общих компетенций:**

| <b>Код</b>   | <b>Общие компетенции</b>                                                                                                                                                              |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ОК 01</b> | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам                                                                                     |
| <b>ОК 02</b> | Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности                          |
| <b>ОК 04</b> | Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде                                                                                                                        |
| <b>ОК 05</b> | Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста                                 |
| <b>ОК 08</b> | Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности |
| <b>ОК 09</b> | Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках                                                                                                   |

### **1.1. 2. Перечень профессиональных компетенций**

| <b>Код</b>           | <b>Профессиональные компетенции</b>                                                                                                                         |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ВД 3<br/>н.4.</b> | <b>Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)</b>                                                                                          |
| <b>ПК 3.1</b>        | Определять готовность веб-сайта к продвижению                                                                                                               |
| <b>ПК 3.2</b>        | Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» |
| <b>ПК 3.3</b>        | Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети                                                           |
| <b>ПК 3.4</b>        | Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество;                                                        |
| <b>ПК 3.5</b>        | Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика                                                                                      |
| <b>ПК 3.6</b>        | Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»                                     |

### 1.1.3. В результате освоения профессионального модуля студент должен

|                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| иметь<br>практический<br>опыт | <ul style="list-style-type: none"> <li>– проведения технического анализа аудируемого веб-сайта;</li> <li>– проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта;</li> <li>– проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта;</li> <li>– анализа поисковой выдачи;</li> <li>– анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи;</li> <li>– анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";</li> <li>– определения стратегии поискового продвижения;</li> <li>– проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении;</li> <li>– анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем;</li> <li>– определения стратегии продвижения в социальных сетях;</li> <li>– размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>– размещения медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>– разработки лендинга;</li> <li>– анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы;</li> <li>– анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании;</li> <li>– составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.</li> </ul> |
| уметь                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>– проведения технического анализа аудируемого веб-сайта;</li> <li>– проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта;</li> <li>– проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта;</li> <li>– анализа поисковой выдачи;</li> <li>– анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи;</li> <li>– анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";</li> <li>– определения стратегии поискового продвижения;</li> <li>– проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении;</li> <li>– анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем;</li> <li>– определения стратегии продвижения в социальных сетях;</li> <li>– размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>– размещения медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>– разработки лендинга;</li> <li>– анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы;</li> <li>– анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании;</li> <li>– составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.</li> </ul> |

|              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>знать</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;</li> <li>– основы веб-технологии;</li> <li>– основы веб-дизайна;</li> <li>– основы компьютерной грамотности;</li> <li>– методы обработки текстовой информации;</li> <li>– правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;</li> <li>– основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита;</li> <li>– правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации;</li> <li>– основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;</li> <li>– способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта;</li> <li>– особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;</li> <li>– особенности функционирования современных поисковых машин;</li> <li>– правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;</li> <li>– внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок;</li> <li>– особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;</li> <li>– правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний;</li> <li>– стандарты делового общения в письменной и устной форме;</li> <li>– особенности функционирования современных поисковых машин;</li> <li>– правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;</li> <li>– правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы);</li> <li>– методы обработки текстовой и графической информации;</li> <li>– основы копирайтинга и веб-райтинга;</li> <li>– основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна;</li> <li>– правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;</li> <li>– перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «интернет»;</li> <li>– особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа;</li> <li>– основы разработки и поддержки сайтов/лендингов;</li> <li>– основы гипертекстовой разметки;</li> <li>– стандарты верстки веб-сайтов;</li> <li>– принципиальные отличия лендингов от сайтов;</li> <li>– сервисы для автоматизации рассылок;</li> <li>– методы обработки текстовой информации и графической информации.</li> </ul> |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## **1.2 Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля**

Всего часов 380

в том числе в форме практической подготовки 158 часов

из них на освоение МДК – 248 часов

в том числе самостоятельная работа – 2 часа

практики, в том числе учебная - 36 часов

производственная – 72 часа

Промежуточная аттестация – экзамен (квалификационный) по модулю – 12 часов.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 2.1. Структура профессионального модуля

| Коды профессиональных общих компетенций                                                  | Наименования разделов профессионального модуля                  | Суммарный объем нагрузки, час. | Объем профессионального модуля, ак. час.              |             |   |   |                          |          |                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------------------------|-------------|---|---|--------------------------|----------|------------------|
|                                                                                          |                                                                 |                                | Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем |             |   |   |                          |          |                  |
|                                                                                          |                                                                 |                                | Обучение по МДК                                       |             |   |   | Промежуточная аттестация | Практики |                  |
|                                                                                          |                                                                 |                                | Все го                                                | В том числе |   |   |                          | Учебная  | Производственная |
| Лабораторных и практических. занятий                                                     | Курсовых работ (проектов)                                       | Самостоятельная работа         |                                                       |             |   |   |                          |          |                  |
| 1                                                                                        | 2                                                               | 3                              | 4                                                     | 5           | 6 |   |                          | 7        | 8                |
| ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 | Раздел 1. Технология интернет-маркетинга                        | 260                            | 248                                                   | 158         | - | 2 | 12                       |          |                  |
|                                                                                          | Учебная практика, часов                                         | 36                             |                                                       |             |   |   |                          | 36       |                  |
|                                                                                          | Производственная практика, часов                                | 72                             |                                                       |             |   |   |                          |          | 72               |
|                                                                                          | Промежуточная аттестация (Экзамен квалификационный (по модулю)) | 12                             |                                                       |             |   |   |                          |          |                  |
|                                                                                          | Всего:                                                          | 380                            | 248                                                   | 158         | - | 2 | -                        | 36       | 72               |

## 2.2 Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ 3)

| Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ),междисциплинарных курсов (МДК) и тем                                                                                                                                                                                                                | Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий                                                                                                                                                                              | Объем в часах | Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы                    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 3             | 4                                                                                        |
| Раздел 1. Технология интернет-маркетинга                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 260           |                                                                                          |
| МДК.03.01 Технология интернет-маркетинга                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 260           |                                                                                          |
| Тема 1.1<br>Основы маркетинга                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Содержание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 26            | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 1.Процесс управления маркетингом, основные этапы, проблемы реализации ы.<br>2.Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке.<br>3.Организация службы маркетинга на предприятии<br>4.Маркетинговая среда предприятия в рыночной экономике<br>5.Основные факторы микросреды функционирования фирмы<br>6.Жизненный цикл товаров: основные стадии<br>7.Продвижение товаров и услуг |               |                                                                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | В том числе практических занятий                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 14            |                                                                                          |
| 2.Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке.<br>3.Организация службы маркетинга на предприятии<br>4.Маркетинговая среда предприятия в рыночной экономике<br>5.Основные факторы микросреды функционирования фирмы<br>6.Жизненный цикл товаров: основные стадии<br>7.Продвижение товаров и услуг |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |               |                                                                                          |
| Тема 1.2<br>Определение и характеристики интернет-                                                                                                                                                                                                                                                            | Содержание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 12            | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 1. Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу.                                                                                                                                                                                                                                                                                           |               |                                                                                          |

|                                                             |                                                                                                                                                                                                                 |    |                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------------------------------------------------------------------------------------------|
| маркетинга                                                  | 2. Основные клиенты интернет-маркетинга<br>3. Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей<br>4. Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы |    | 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09                                                           |
|                                                             | В том числе практических занятий                                                                                                                                                                                | 4  |                                                                                          |
|                                                             | 1. Основные клиенты интернет-маркетинга<br>2. Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей<br>Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы    |    |                                                                                          |
| Тема 1.3<br>Инновации в маркетинге                          | Содержание                                                                                                                                                                                                      | 14 | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 |
|                                                             | 1. Сервисные программы для оценки потребительской ценности.<br>Программы лояльности<br>2. Новые решения для рекламы: Digital Signage, Indoor TV.<br>3. Информационные системы управления опытом потребителей    |    |                                                                                          |
|                                                             | В том числе практических занятий                                                                                                                                                                                | 8  |                                                                                          |
| Тема 1.4<br>Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге | Содержание                                                                                                                                                                                                      | 12 | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 |
|                                                             | 1. Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа.<br>2. Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта.                                                   |    |                                                                                          |
|                                                             | В том числе практических занятий                                                                                                                                                                                | 8  |                                                                                          |
|                                                             | 1. Анализ внешней среды предприятия                                                                                                                                                                             |    |                                                                                          |

|                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |           |                                                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                     | <p>2. Анализ внутренней среды предприятия</p> <p>3. Определение целевой аудитории: выделить сегменты целевой аудитории, составить описание каждого сегмента с учетом следующих характеристик: фото типичного представителя, пол, возраст, география проживания, семейное положение, образование, доход, профессиональная деятельность, интересы, стиль жизни</p>                                                                                                                                                                                                                                |           |                                                                                                 |
| <p><b>Тема 1.5</b><br/><b>Анализ готовности веб-сайта к продвижению</b></p>                         | <p><b>Содержание</b></p> <p>1. Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности</p> <p>2. Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов</p> <p>3. Основы письменной деловой коммуникации использования инструментов для проведения технического аудита</p> <p>4. Правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации</p> <p>5. Основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. Способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта</p> | <b>30</b> | <p>ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09</p> |
|                                                                                                     | <p><b>В том числе практических занятий</b></p> <p>1. Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование</p> <p>2. Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити)</p> <p>3. Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов</p> <p>4. Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины</p> <p>5. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита</p>                                | 18        |                                                                                                 |
|                                                                                                     | <p><b>Содержание</b></p> <p>1. Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>30</b> |                                                                                                 |
| <p><b>Тема 1.6</b><br/><b>Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске</b></p> | <p><b>Содержание</b></p> <p>1. Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>30</b> | <p>ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05,</p>              |

|                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |           |                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------------------|
| <p><b>необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</b></p> | <p>2. Организация правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний, стандартов делового общения в письменной и устной форме, особенностей функционирования современных поисковых машин</p> <p>3. Анализ правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта</p> <p>4. Правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы)</p> <p>5. Методы обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и веб-райтинга.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |           | <p>ОК 08, ОК 09</p> |
|                                                                                           | <p><b>В том числе практических занятий</b></p> <p>1. Анализ практических ситуаций на определение факторов, влияющих на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче. Составление списка ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи.</p> <p>2. Анализ практических ситуаций на актуализацию информации о поведении пользователей веб-сайтов и заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», анализ собранной информации и принятие решения о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины.</p> <p>3. Анализ практических ситуаций по составлению списка ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин</p> <p>4. Анализ релевантности составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта, анализ списка ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию</p> <p>5. Создание информационных материалов методического характера</p> <p>6. Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем</p> <p>7. Анализ конкурентов. Анализ результатов поиска не менее 5 аналогичных</p> | <p>20</p> |                     |

|                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |           |                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                     | <p>проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, и составление аналитической справки, в которой проведен анализ проектов (конкурентов) не менее чем по 5 критериям.</p> <p>8. Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, проведение анализа проектов.</p> <p>9. Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа</p>                                                                                                                                                                      |           |                                                                                          |
| <b>Тема 1.7</b><br><b>Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет»</b> | <b>Содержание</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>34</b> | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 |
|                                                                                                                                     | 1. Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения. Концепция продвижения, цели и задачи продвижения.<br>2. Целевая аудитория, модели поведения аудитории и методы влияния на нее<br>3. Понятие «социальная сеть», общие принципы работы виртуальных социальных сетей<br>4. SMM-стратегия, методы измерения эффективности, методы создания контента.<br>5. Стратегия продаж через «блогосферу»<br>6. Понятие и значение контент-плана в интернет-маркетинге. Виды контент-планов.<br>7. Содержание контент-плана                                                                |           |                                                                                          |
|                                                                                                                                     | <b>В том числе практических занятий</b><br>1. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях<br>2. Составление рубрикатора с предоставлением не менее трех тем для каждой рубрики, определение форматов постов и описания требований к ним<br>3. Разработка примеров для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление<br>4. Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия<br>5. Разработка и анализ контент-плана для производственного предприятия<br>6. Разработка и анализ контент-плана для образовательного учреждения | 20        |                                                                                          |
| <b>Тема 1.8</b><br><b>Организация и проведение</b>                                                                                  | <b>Содержание</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>28</b> | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5,                                                  |
|                                                                                                                                     | 1. Изучение перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |           |                                                                                          |

|                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |           |                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>рекламных кампаний в социальных медиа, для привлечения</b>   | аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет»<br><b>2.</b> Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа<br><b>3.</b> Характеристика социальных медиа<br><b>4.</b> Анализ рекламных модулей.<br><b>5.</b> Анализ уникальных торговых предложений и рекламных рассылок |           | ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09                                         |
|                                                                 | <b>В том числе практических занятий</b>                                                                                                                                                                                                                                                                        | 18        |                                                                                          |
|                                                                 | 1. Разработка уникальных торговых предложений<br>2. Разработка рекламных модулей.<br>3. Разработка стратегии продвижения товара.<br>4. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара                                                                                                            |           |                                                                                          |
| <b>Тема 1.9<br/>Создание лендинга</b>                           | <b>Содержание</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>22</b> | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 |
|                                                                 | <b>1.</b> Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования, структура.<br><b>2.</b> Конструкторы для создания «landing page». Характеристика социальных медиа                                                                                                                                       |           |                                                                                          |
|                                                                 | <b>В том числе практических занятий</b><br>1. Разработка лендинга для коммерческого предприятия<br>2. Разработка лендинга для производственного предприятия<br>3. Разработка лендинга для образовательного учреждения<br>4. Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет»                        | 18        |                                                                                          |
| <b>Тема 1.10<br/>Анализ эффективности в интернет-маркетинге</b> | <b>Содержание</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>30</b> | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 |
|                                                                 | <b>1.</b> Концепции эффективности в интернет-маркетинге.<br><b>2.</b> Методы измерения в интернете.<br><b>3.</b> Методы идентификации посетителей.<br><b>4.</b> Измерение эффективности интернет-маркетинга.<br><b>5.</b> Анализ рекламной компании по стоимости клиентов и конверсии.                         |           |                                                                                          |
|                                                                 | <b>В том числе практических занятий</b>                                                                                                                                                                                                                                                                        | 20        |                                                                                          |
|                                                                 | 1. Анализ технологии меток.<br>2. Анализ результатов маркетинговой активности.<br>3. Анализ производных данных о пользователе.                                                                                                                                                                                 |           |                                                                                          |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                              |    |                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 4. Расчет стоимости рекламной кампании.<br>5. Анализ принципов медиапланирования в интернете |    |                                                                                          |
| <b>Самостоятельная работа.</b> Выполнение расчетов бюджета интернет-рекламной кампании и определение эффективности рекламных каналов.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                              | 2  |                                                                                          |
| <b>Учебная практика (проводится концентрированно)</b><br><b>Виды работ</b><br>1. Определение целевой аудитории: выделить сегменты целевой аудитории, составить описание каждого сегмента с учетом следующих характеристик: фото типичного представителя, пол, возраст, география проживания, семейное положение, образование, доход, профессиональная деятельность, интересы, стиль жизни.<br>2. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита.<br>3. Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.<br>4. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях.<br>5. Разработка и анализ контент-плана для разных типов предприятий.<br>6. Разработка уникальных торговых предложений.<br>7. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара.<br>8. Анализ результатов маркетинговой активности.<br>9. Расчет стоимости рекламной кампании. |                                                                                              | 36 | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 |
| <b>Производственная практика (проводится концентрированно)</b><br><b>Виды работ</b><br>1. Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта.<br>2. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта.<br>3. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.<br>4. Анализ поисковой выдачи.<br>5. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи.<br>6. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»<br>7. Определение стратегии поискового продвижения.<br>8. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                              | 72 | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |            |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|--|
| <p>продвижении.</p> <p><b>9.</b> Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.</p> <p><b>10.</b> Определение стратегии продвижения в социальных сетях.</p> <p><b>11.</b> Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p> <p><b>12.</b> Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p> <p><b>13.</b> Разработка лендинга.</p> <p><b>14.</b> Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы.</p> <p><b>15.</b> Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании.</p> <p>Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.</p> |            |  |
| <b>Промежуточная аттестация в форме зачета (4 семестр)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | -          |  |
| <b>экзамена (6 семестр)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>12</b>  |  |
| <b>Промежуточная аттестация по ПМ в форме экзамена по модулю</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>12</b>  |  |
| <b>Всего</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>380</b> |  |

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**3.1 Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:**

**Лаборатория «Предпринимательства и интернет-маркетинга» (кабинет 317),** оснащен оборудованием:

#### **I Специализированная мебель и системы хранения:**

Основное оборудование:

Стол компьютерный - 16 шт.

Кресло - 16 шт.

Стол аудиторный – 9 шт.

Стул ученический - 18 шт.

Стол преподавателя - 1 шт.

Дополнительное оборудование:

Доска меловая – 1 шт.

Доска магнитно-маркерная - 1 шт.

#### **II Технические средства**

Основное оборудование:

Автоматизированное рабочее место преподавателя – 1 шт.

Автоматизированное рабочее место обучающегося – 15 шт.

Компьютер (Системный блок, клавиатура, мышь) с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в ЭИОС организации - 16 шт.

Монитор - 16 шт.

МФУ – 1 шт.

Проектор - 1 шт.

Экран проекционный - 1 шт.

#### **III Демонстрационные учебно-наглядные пособия**

Основное оборудование:

Комплект учебного наглядного электронного материала – 1 шт.

Электронные комплекты для индивидуальной и групповой работы по основным темам программы – 1 шт.

Дополнительное оборудование:

Комплект электронного демонстрационного оборудования – 1 шт.

Электронный тренажер-симулятор – 1 шт.

Комплект учебно-наглядных пособий – 1 шт.

*Перечень программного обеспечения:*

Операционная система Microsoft Windows XP SP3

Операционная система "Альт Образование"

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499  
Node 1 year Educational Renewal Licence

Corel DRAW Graphics Suite X3

Adobe Photoshop CS3

1С:Предприятие 8.2 (8.2.18.61) учебная

Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ»

IBM SPSS Statistics 20

Oracle VM VirtualBox 3.2.10

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian

LiteManager Pro - Server

Skype

Альт-Инвест Сумм

Statistica Base 10 for Windows RU

Corel DRAW Graphics Suite X3

1С: Управление торговлей 8. Базовая версия.

1С: Розница 8  
1С: Касса  
1С: ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ  
1С – Битрикс  
Key Collector  
MPSTATS

### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

*Основные источники:*

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. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для среднего профессионального образования / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 259 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18710-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545416>

3. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544789>

*Дополнительные источники:*

1. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для вузов / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 372 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15960-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535911>

2. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 579 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17867-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536773>

3. 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, 2024. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538514>

4. Информационные технологии в экономике и управлении : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Трофимов [и др.]; ответственный редактор В. В. Трофимов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 556 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18677-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545321>

5. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18733-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545455>

6. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 222 с. —

(Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541760>

*Интернет-ресурсы:*

1. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»
2. <http://www.garant.ru> - Справочно-правовая система «Гарант»
3. <http://www.minfin.ru> – Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации
4. <http://www.nalog.ru>. - Официальный сайт Федеральной налоговой службы
5. [www.banki.ru](http://www.banki.ru) – Финансовый информационный портал [banki.ru](http://www.banki.ru)

*Электронно-справочные системы:*

1. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – база данных учебной, учебно-методической и научной литературы по основным изучаемым дисциплинам - <http://www.biblioclub.ru>
2. Электронно-библиотечная система «Юрайт»: коллекция «Легендарные книги» и коллекция СПО– электронные версии учебной и учебно-методической литературы по экономическим, юридическим, гуманитарным, инженерно-техническим и естественно-научным направлениям - <http://www.urait.ru>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования (электронные версии российских научных журналов) - <http://elibrary.ru>
4. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» – фонд электронных версий печатных изданий, электронных изданий и ресурсов, мультимедийных изданий и др. - <https://нэб.рф>
5. Электронная библиотека ТГУ– база данных научных трудов преподавателей- <https://elibrary.tsutmb.ru>

*Зарубежные профессиональные базы данных:*

1. WebofScience: политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая база данных. – URL: [http://apps.webofknowledge.com/WOS\\_GeneralSearch\\_input.do?product=WOS&search\\_mode=GeneralSearch&SID=Q1qfWXliB25bAcrIBPM&preferencesSave](http://apps.webofknowledge.com/WOS_GeneralSearch_input.do?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&SID=Q1qfWXliB25bAcrIBPM&preferencesSave)  
d
2. Scopus: база данных. – URL: <https://www.scopus.com/>

*Используемые образовательные платформы:*

1. Электронная образовательная среда MOODLE <http://moodle.tsutmb.ru/>

#### **4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ).**

Контроль и оценка результатов МДК осуществляется преподавателем в процессе проведения учебных занятий в форме: устного опроса, выполнения заданий на практических занятиях, решения ситуационных и практико-ориентированных задач, выполнения контрольных работ, выполнения тестовых заданий, написания курсовой работы, а также проведения промежуточной аттестации в форме экзамена.

Контроль и оценка результатов практик осуществляются с использованием следующих форм и методов: наблюдение за деятельностью студента на производственной практике, анализ документов, подтверждающих выполнение им соответствующих работ

(отчет о практике, аттестационный лист, характеристика учебной и профессиональной деятельности студента, дневник прохождения практики).

| Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Методы оценки                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Профессиональные компетенции</b>                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| ПК 3.1                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>– выявляет технические ошибки в работе веб-сайта;</li> <li>– документирует выявленные ошибки в работе веб-сайта;</li> <li>– формулирует предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);</li> <li>– выявляет технические преимущества веб-сайтов конкурентов;</li> <li>– выявляет особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;</li> <li>– использует инструменты для проведения технического аудита</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Текущий контроль в форме практических заданий, решение практико-ориентированных заданий, тестирование по темам, устный опрос, защита отчета по производственной практике, промежуточная аттестация в форме экзамена по ПМ 03 с использованием информационных технологий |
| ПК 3.2                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>– определяет факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;</li> <li>– составляет список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;</li> <li>– актуализирует информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>– анализирует собранную информацию и принимает решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;</li> <li>– составляет список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;</li> <li>– анализирует релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;</li> <li>– анализирует список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию</li> </ul> | Текущий контроль в форме практических заданий, решение практико-ориентированных заданий, тестирование по темам, устный опрос, защита отчета по производственной практике, промежуточная аттестация в форме экзамена по ПМ 03 с использованием информационных технологий |
| ПК 3.3                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>– определяет маркетинговые стратегии;</li> <li>– составляет SMM-стратегии;</li> <li>– составляет контент-планы;</li> <li>– создает стратегии продвижения;</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Текущий контроль в форме практических заданий, решение практико-                                                                                                                                                                                                        |

| Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Методы оценки                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>– проводит сегментацию целевой аудитории для разных задач и продуктов</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p>ориентированных заданий, тестирование по темам, устный опрос, защита отчета по производственной практике, промежуточная аттестация в форме экзамена по ПМ 03 с использованием информационных технологий</p>                      |
| ПК 3.4                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>– разрабатывает уникальные торговые предложения;</li> <li>– разрабатывает рекламные модули;</li> <li>– создает стратегии продвижения;</li> <li>– сегментирует целевую аудиторию для разных задач и продуктов;</li> <li>– обосновывает выбор целевой аудитории;</li> <li>– создает тексты и рекламные слоганы</li> </ul>                                                                                                                                                                               | <p>Текущий контроль в форме практических заданий, решение практико-ориентированных заданий, тестирование по темам, устный опрос, промежуточная аттестация в форме экзамена по ПМ 03</p>                                             |
| ПК 3.5                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>– создает тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;</li> <li>– различает виды текстов;</li> <li>– рассчитывает бюджет на создание лендинга;</li> <li>– составляет техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций;</li> <li>– определяет СТА для лендингов;</li> <li>– работает с бесплатными сервисами создания лендингов;</li> <li>– создает уникальное торговое предложение для определенных задач;</li> <li>– работает с сервисами рассылок.</li> </ul> | <p>Текущий контроль в форме практических заданий, решение практико-ориентированных заданий, тестирование по темам, устный опрос, промежуточная аттестация в форме экзамена по модулю с использованием информационных технологий</p> |
| ПК 3.6                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>– составляет информационно-аналитические справки;</li> <li>– оформляет отчетные документы.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>Текущий контроль в форме практических заданий, решение практико-ориентированных заданий, тестирование по темам, устный опрос, промежуточная аттестация в форме экзамена по модулю с использованием</p>                           |

| Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Методы оценки                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | информационных технологий                                                                                                                        |
| Общие компетенции                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                  |
| ОК 01                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>– распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;</li> <li>– выделяет составные части и определяет этапы решения задачи;</li> <li>– выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы;</li> <li>– составляет план действия и определяет необходимые ресурсы;</li> <li>– демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;</li> <li>– реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</li> </ul> | Устный опрос<br>Выполнение тестовых заданий                                                                                                      |
| ОК 02                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>– определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска;</li> <li>– структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска;</li> <li>– оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</li> </ul>                                                                                                      | Устный опрос<br>Выполнение тестовых заданий                                                                                                      |
| ОК 04                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды;</li> <li>– в ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Устный опрос<br>Выполнение тестовых заданий<br>Отзыв работодателя по итогам практики<br>Защита отчета по производственной практике               |
| ОК 05                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>– грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами,</li> <li>– демонстрирует толерантность в рабочем коллективе</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Устный опрос<br>Выполнение тестовых заданий<br>Выполнение группового задания в рамках деловой игры<br>Защита отчета по производственной практике |
| ОК 08                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>– применяет рациональные приемы</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Устный опрос<br>Выполнение тестовых заданий                                                                                                      |

| Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Методы оценки                                                                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                      | двигательных функций в профессиональной деятельности;<br>– пользуется средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной профессии (специальности)                                                                                                                                                                                                                                                         | заданий<br>Защита отчета по производственной практике                                     |
| ОК 09                                                                                | – понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы;<br>– участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;<br>– строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;<br>– кратко обосновывает и объясняет свои действия;<br>– пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы. | Устный опрос<br>Выполнение тестовых заданий<br>Защита отчета по производственной практике |

## 4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля по разделам

### Раздел 1. Технология интернет-маркетинга

**ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам**

**Тестовые задания закрытого типа (выберите один или несколько правильных ответов из предложенных вариантов)**

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

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**

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

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

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

г) это этап коммуникации, когда клиенты размещают в Интернете фотографии товара и оставляют отзывы о нем

### **Тестовые задания открытого типа**

1. Назовите какой термин описывает процесс классификации контента поисковыми системами?

Ответ: индексация

2. Заполните пропуск в предложении: «Поисковые системы \_\_\_\_\_ Интернет, чтобы помогать пользователям находить контент»

Ответ: ранжируют

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».

Ответ: релевантность

4. Назовите какой тип инструментов вам подойдет, если Вы хотите отслеживать и оценивать действия посетителей на сайте?

Ответ: инструменты веб-аналитики

5. Назовите прекрасный способ повысить эффективность поисковой оптимизации? Ответ: обратные ссылки

### **Вопросы для опроса**

1. Что такое CTR?

2. При помощи каких инструментов следует рекламировать сообщество в социальных сетях?

3. Что такое таргетированная реклама?

4. Какая тема из ниже перечисленных запрещена для таргетированной рекламы в сети интернет?

5. Что относится к службам сети Интернет?

6. Что такое системы управления Web-контентом?

7. Что такое линкбэйтинг?

8. Что такое SMM?

9. Что такое контент?

10. Что относят к конечным сайтам?

**ОК 02 – Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности**

**Тестовые задания закрытого типа (выберите один или несколько правильных ответов из предложенных вариантов)**

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
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
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
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
5. Заполните пропуск в предложении: «Вы оптимизируете кампанию в поисковых системах. Если вы добавите минус-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

### Тестовые задания открытого типа

1. Укажите термин. Как называется компания, которая находится в радиусе 5 км от клиента?
- Ответ: местная компания
2. Укажите термин. Как называется программа или отличный способ взаимодействовать с пользователями всегда, даже когда они в дороге:
- Ответ: мобильное приложение
3. Укажите термин. Отличный маркетинговый инструмент, который должен оптимизирован для различных устройств - \_\_\_\_\_
- Ответ: мобильная реклама
4. Укажите термин. Какой вид таргетинга позволяет показывать объявления тем пользователям, которые уже заходили на ваш сайт?
- Ответ: ретаргетинг
5. Заполните пропуск в предложении: «\_\_\_\_\_ — это фрагмент текста, который ведет на другие страницы вашего или любого другого сайта».
- Ответ: гиперссылка

### Вопросы для опроса

1. Почему важно грамотно подбирать ключевые слова при настройке контекстной рекламы?

2. Какие вам известны инструменты продвижения в сети интернет?
3. Каковы функции и принципы контент-плана?
4. Какие вам известны методы поиска информации в Интернете?
5. С помощью какого инструмента можно закрепить авторские права на свой текст в Яндексe?
6. Что такое СТА?
7. С помощью каких инструментов следует рекламировать сообщество в социальных сетях?
8. Перечислите отличительные особенности проведения опросов с использованием Интернета.
9. Назовите основные источники вторичных данных в Интернет-маркетинге.
10. Что такое контент?

**ОК 04 – Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде**  
**Тестовые задания закрытого типа (выберите один или несколько правильных ответов из предложенных вариантов)**

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
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**
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
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
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

### **Тестовые задания открытого типа**

1. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите, что не относится к категории параметров в веб-аналитике?

Ответ: время, которое пользователь проводит на сайте

2. Укажите термин. Как называется выполнение пользователем действия, которое выбрано вами как цель?

Ответ: конверсия

3. Укажите термин. Какой инструмент позволяет изучать поведение пользователей и повышать эффективность вашей стратегии цифрового маркетинга?

Ответ: веб-аналитика сайта

4. Укажите термин. Назовите как побудить пользователя вернуться и завершить покупку, если он добавил товары в корзину, но не оформил заказ?

Ответ: ретаргетинг

5. Заполните пропуск в предложении: «Товары в интернет-магазине нужно размещать в \_\_\_\_\_ порядке»

Ответ: иерархическом

### **Вопросы для опроса**

1. Назовите ключевые слова для рынков сферы сельского хозяйства (обязательное деление на целевые аудитории).

2. Назовите и охарактеризуйте методы настройки контекстной рекламы.

3. Почему важно грамотно подбирать ключевые слова при настройке контекстной рекламы?

4. Какие вам известны бесплатные инструменты создания Лендинг пейдж?

5. Охарактеризуйте методы сбора контактных данных клиентов.

6. Почему важно грамотно подбирать ключевые слова при настройке контекстной рекламы?

7. Существует ли необходимость интеграции цифровых и офлайн каналов?

8. Каковы перспективы развития digital-маркетинга?

9. Какие этапы эволюции цифрового мира и цифровизации управления в компании вы можете обозначить?

10. В чем заключается цифровая трансформация функций маркетинга?

**ОК 05 – Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста**

**Тестовые задания закрытого типа (выберите один или несколько правильных ответов из предложенных вариантов)**

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

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

3. Какой шаг стоит сделать в самом начале бизнеса-онлайн?

4. 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

5. 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

6. **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

### **Тестовые задания открытого типа**

1. Укажите термин. Как называется этот процесс, когда посетители вашего сайта приобретают у вас товары или услуги онлайн?

Ответ: электронная торговля

2. Укажите термин. Как называется подключенный к интернету компьютер, на котором установлено программное обеспечение для хранения всех компонентов вашего сайта?

Ответ: веб-сервер

3. Укажите термин. Данные какого типа можно получить с помощью КРІ?

Ответ: долгосрочные прогнозы

4. Укажите термин. Как называется технология, которую поисковые системы используют, чтобы сканировать сайты?

Ответ: боты

5. Укажите термин. Что помогает поисковой системе понять, какой теме посвящен сайт?

Ответ: тег заголовка

### Вопросы для опроса

1. Что из себя представляет digital-стратегия?
2. Каково значение digital-стратегии для бизнеса?
3. Из каких элементов
3. Какие инструменты для анализа и разработки цифровой стратегии вы знаете?
4. В чем суть тактического планирования продвижения организации в Интернет?
5. Что лежит в основе контроля реализации плана цифрового маркетинга?
6. Какие задачи маркетинговой цифровой стратегии?
7. В чем роль маркетинговой цифровой стратегии в деятельности современной организации?
8. «Цифровой маркетинг появился раньше, чем Интернет». Поясните, почему данное утверждение можно считать верным?
9. Существует ли отличие понятий «интернет-маркетинг» и «digital-маркетинг»?
10. Какие существуют типы и основные виды сайтов?

### **ОК 08 Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности**

#### **Тестовые задания закрытого типа (выберите один или несколько правильных ответов из предложенных вариантов)**

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
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
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
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 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

### **Тестовые задания открытого типа**

1. Укажите термин. Какой инструмент поможет вам оценить эффективность своего сайта? Ответ: аналитика
2. Укажите термин. Какой инструмент для взаимодействия с аудиторией наиболее эффективный?  
Ответ: социальные сети
3. Укажите термин. Что нужно определить в первую очередь при разработке стратегии развития бизнеса онлайн?  
Ответ: цели
4. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите какая модель используется для того, чтобы изучить путь к покупке в Интернете?  
Ответ: «Смотреть, думать, делать, заботиться» (See-Think-Do-Care)
5. Заполните пропуск: «Вложения в поисковую рекламу влияют на позицию вашего сайта\_\_\_\_\_».  
Ответ: в поисковых системах
6. Назовите, какой из критериев играет важную роль при оценке поисковой рекламы на аукционе?  
Ответ: релевантность
7. Назовите, на что нужно обратить внимание, если хотите оптимизировать сайт?  
Ответ: популярность сайта
8. Назовите, первый пункт при разработке плана поисковой оптимизации?  
Ответ: анализ ключевых слов
9. Назовите, как называются «Ключевые слова с небольшим количеством запросов, состоящие из определенной фразы небольшой длины»?  
Ответ: нишевые ключевые слова
10. Назовите, что следует указать на странице компании в социальных сетях?  
Ответ: описание компании

### **Вопросы для опроса**

1. Что такое поисковая оптимизация сайта? Чем она отличается от поискового маркетинга?
2. Какие этапы создания сайта вы знаете?
3. Какие существуют подходы и сервисы для создания сайтов?
4. Какие современные тенденции в дизайне сайтов существуют?
5. Что такое юзабилити?
6. По каким критериям оценивается удобство использования сайта?
7. Какие проблемы возникают в развитии поисковой оптимизации?
8. Какие преимущества предоставляет использование SEO для владельца сайта?
9. Чем релевантность сайта отличается от ранжирования сайтов в поисковых системах?
10. Какие факторы поискового ранжирования существуют?

### **ОК 09 – Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках**

#### **Тестовые задания закрытого типа (выберите один или несколько правильных ответов из предложенных вариантов)**

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

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

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

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

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

### Тестовые задания открытого типа

1. Укажите термин. Как называются ключевые слова, исключенные из кампании?

Ответ: минус-слова

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».

Ответ: точное соответствие

3. Укажите термин. От какой характеристики объявления зависит показатель его качества на аукционе?

Ответ: релевантности

4. Укажите термин. Что входит в проработанный план ведения социальных сетей?

Ответ: долгосрочный план размещения публикаций

5. Укажите термин. Каким двум параметрам нужно уделить особое внимание, если Вы хотите оптимизировать сайт для мобильных устройств?

Ответ: высокая производительность и удобство использования

### Вопросы для опроса

1. Что такое ключевой запрос? Какие виды ключевых запросов учитываются при оптимизации?

2. Что такое семантическое ядро? Какие этапы включает построение семантического ядра сайта?

3. Какие существуют основные этапы продвижения и оптимизации сайта?

4. Какие существуют виды рекламы в Яндекс.Директ?
5. Какие существуют виды рекламы в Google Ads?
6. Какие основные принципы показа поисковой контекстной рекламы?
7. Какие основные принципы показа тематической контекстной рекламы?
8. Какие основные правила получения максимального CTR в контекстной рекламе?
9. Как отразить в формулах связь между такими метриками как: цена привлечения клиента (CPO) и цена клика (CPC)?
10. Какие существуют варианты оплаты медийной рекламы?

### ПК 3.1 Определять готовность веб-сайта к продвижению

**Тестовые задания закрытого типа (выберите один или несколько правильных ответов из предложенных вариантов)**

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
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
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 предложения, и разослать видео сотрудникам
  - г) 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 можно найти платежеспособных покупателей
  - б) пользователи поисковых систем активно ищут информацию, товары и услуги поисковые системы очень популярны**
  - г) через поисковые системы можно гарантированно найти новых клиентов
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

6. Владельцы других сайтов могут размещать ссылки на ваш ресурс. Что нужно для этого делать?

а) размещать ссылки на другие сайты, пока их владельцы не опубликуют ссылку на ваш ресурс

б) отправлять владельцам сайтов электронные письма, пока они не разместят ссылку на ваш ресурс

**в) выстраивать взаимоотношения с владельцами сайтов похожей тематики**

г) использовать как можно больше подходящих ключевых слов на странице, ссылку на которую вы хотите увидеть на других сайтах

7. Вы выводите свой бизнес на международный уровень. Какие сведения важнее всего указать на сайте компании?

а) информацию о товарах и их доставке с учетом страны и валюты клиента б) даты и время в местном формате

в) обменный курс валюты

г) информацию о бесплатных сувенирах для местных клиентов

8. Как ещё можно назвать рекламу в поисковых системах?

**а) реклама с платой за клик**

б) «органическая» реклама

в) маркетинг в окне поиска

г) реклама одним нажатием

9. Заполните пропуск: «Определить эффективность \_\_\_ можно, не делая ставки».

а) аукциона

б) сайта

**в) ключевого слова**

г) объявления

10. Вы размещаете объявление в поисковой сети. Что нужно в него включить, чтобы пользователи чаще на него нажимали?

**а) призыв к действию**

б) запоминающийся заголовок

в) фото крупным планом

г) ссылку на страницу в социальной сети

11. Укажите, почему объявления и целевые страницы должны быть релевантными.

а) возрастает стоимость размещения объявлений

**б) повышаются позиции объявлений на странице результатов поиска**

в) возрастает цена за клик по вашим объявлениям

г) показ таких объявлений увеличивает продажи

12. Как привлечь больше клиентов, которые живут неподалеку от вашей компании?

а) перевести сайт ещё как минимум на два языка

б) обеспечить бесплатную техническую поддержку по телефону в рабочие часы в) использовать на сайте сложные инструменты веб-аналитики

**г) разместите название своей компании, адрес и номер телефона в Интернете.**

### **Тестовые задания открытого типа**

1. Укажите понятие. Что это 187.127.60.44?

Ответ: IP-адрес

2. Укажите понятие. При каком тэге шрифт на странице будет красного цвета?

Ответ: <FONT color=red>

3. Укажите понятие. Какой тэг самый крупный?

Ответ: <H1>

4. Укажите понятие. В вопросе «Перечислите торговые марки чая, которые вы

употребляли за последний год» назовите тип тэга.

Ответ: текстовое поле

5. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите каким образом в поисковых системах строятся каталоги?

Ответ: людьми

6. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите размер наиболее популярного баннера?

Ответ: 468x60

7. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите что после выполнения тэга <title> текст </title> отобразится?

Ответ: в левом верхнем углу окна браузера

8. Дайте краткий ответ на вопрос. Сколько в таблице строк и столбцов с двумя парами тэгов <TR> и шестью парами тэгов <TD>?

Ответ: две строки, три столбца

9. Дайте краткий ответ на вопрос. Где желательно указывать вопросы персонального характера (профессия, место жительства)?

Ответ: в конце опросной формы

10. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите правильное обозначение тэга линии?

Ответ: <hr>

11. Дайте краткий ответ на вопрос. Как называется организация, которая обеспечивает подключение к Интернет?

Ответ: провайдер

12. Дайте краткий ответ на вопрос. Как называется метод оценки насколько сайт удобен для пользователей, какие они видят недостатки в интерфейсе?

Ответ: юзабилити-тестирование

13. Укажите понятие. Какая технология Яндекс Метрика используется для просмотра записи посещений вашего сайта и выявлять проблемных его мест?

Ответ: вебвизор

14. Дайте краткий ответ на вопрос. За что отвечает SSL сертификат?

Ответ: безопасность

15. Дайте краткий ответ на вопрос. Что лежит в основе SSL сертификата?

Ответ: шифрование данных

16. Укажите понятие. Как называется надежная и стабильная работа сайта и его дизайна в разных браузерах?

Ответ: кроссбраузерность

17. Укажите понятие. Что такое HTTPS?

Ответ: защищенное соединение

18. Укажите понятие. Что такое способность страницы без ошибок отображаться на компьютере, планшете или смартфоне?

Ответ: адаптивность

19. Укажите понятие. Как называется свойство тэга, которое отражает максимально похожесть на пользовательский запрос?

Ответ: релевантность

20. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите оптимальную длину заголовка (символов)?

Ответ: 50

21. Укажите понятие. Как называется превью или фрагмент страницы сайта, который выводится в поисковой выдаче?

Ответ: сниппет

22. Укажите понятие. Какой текстовый файл, который лежит в корневой папке сайта, который указывает роботам, какие страницы нужно проверять, а какие – нет?

Ответ: robots.txt

23. Укажите понятие. Как называется количество страниц, которые поисковый робот может просканировать на сайте за один раз?

Ответ: краулинговый бюджет

24. Укажите понятие. Как называются определенные правила для роботов, допускающие их на определенные страницы?

Ответ: директивы

25. Укажите понятие. Как называется директива, определяющая главную страницу сайта?

Ответ: Host

26. Укажите понятие. Как называется соответствие кода страницы стандартам HTML?

Ответ: валидность страницы

27. Укажите понятие. Как называется единый стандарт анализа сайта на ошибки HTML?

Ответ: W3C

### Вопросы для опроса

1. Как называются ссылки, которые ведут на несуществующие страницы?
2. Как называется карта интернет проекта для поисковых роботов, которая в специальном формате содержит адреса его страниц, даты их обновления?
3. Как называется непрерывный процесс оптимизации вашего сайта, конечной целью которого является рост позиций в выдаче поисковых систем и числа переходов на ваш сайт?
4. С чем в основном связаны ошибки при SEO-продвижении?
5. К чему применимы alt-теги при оптимизации?
6. Назовите счетчики для сбора статистики?
7. Как называется процесс размещения гиперссылок, которые ведут на другие страницы сайта и на другие сайты?
8. Как называются ссылки, кликабельной частью которых выступает какой-то контент?
9. Как называется навигационная цепочка, которая отображает путь от главной страницы до той, на которой находится пользователь?
10. Как называется процесс наращивания числа внешних ссылок, ведущих на сайт?

### **ПК 3.2 Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

**Тестовые задания закрытого типа (выберите один или несколько правильных ответов из предложенных вариантов)**

1. Выберите пример местного поискового запроса.  
**а) «магазин автотоваров поблизости»**  
б) «магазин автотоваров в России»  
в) «местный автосалон»  
г) «магазины автотоваров»
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
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

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

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 потому что мобильный маркетинг более прибыльный

6. Что из перечисленного можно сделать, чтобы сайт чаще находили в поисковых системах?

**а) добавить релевантный контент, с помощью которого можно определить местонахождение компании**

б) указать адрес на странице компании в VK

в) оптимизировать сайт исключительно для компьютеров

г) добавить на сайт компании список магазинов, находящихся неподалеку

7. Чего может добиться компания с помощью социальных сетей? Выберите самый подходящий вариант.

**а) привлечь новую аудиторию**

б) создать хорошую репутацию среди клиентов в) увеличить объем продаж

г) увеличить количество посетителей сайта

8. Заполните пропуск: «Компаниям стоит уделить внимание социальным сетям с \_\_\_\_\_».

а) наилучшей репутацией

б) наивысшими ожидаемыми показателями вовлеченности

**в) наиболее подходящей аудиторией**

г) наибольшим числом пользователей

9. Выберите пример цели кампании в социальных сетях.

а) получить правдивые отзывы на товары

**б) привлечь больше посетителей в магазин**

в) организовать передачу информации клиентам в одностороннем порядке

г) скопировать приемы конкурентов

10. Вы хотите, чтобы ваш контент увидели пользователи, которые ещё не подписаны на аккаунт вашей компании. Как лучше всего добиться этого?

а) расширить охват маркетинговых кампаний по электронной почте

б) попросить пользователей разместить ваш контент на своих страницах в социальных сетях

**в) использовать платную рекламу для привлечения новой аудитории**

- г) добавить на сайт ссылки на профили компании в социальных сетях
11. Что можно выяснить, оценивая результаты кампании при помощи инструментов для анализа социальных сетей?
- а) была ли ваша кампания успешнее, чем у конкурентов
  - б) понравилась ли пользователям кампания в социальных сетях
  - в) позвонил ли пользователь в магазин после того, как увидел сообщение в социальной сети
  - г) **как пользователь перешел на сайт – через платное объявление или обычную запись в социальной сети**
12. Укажите, какую ошибку можно допустить при ведении корпоративных аккаунтов в социальных сетях.
- а) вступать в диалог с клиентами
  - б) отсутствовать в какой-либо из социальных сетей
  - в) **несвоевременно отвечать на комментарии и вопросы пользователей из-за нехватки времени и сил**
  - г) чрезмерно долго изучать аналитику, касающуюся социальных сетей

### Тестовые задания открытого типа

1. Дайте краткий ответ на вопрос. Какой символ в языке запросов поискового сервера используется для обозначения логической операции «ИЛИ»?
- Ответ: |
2. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите какой символ в языке запросов поискового сервера используется для обозначения логической операции «И»?
- Ответ: &
3. Укажите понятие. Как называются слова, знаки, символы, которые не несут смысловой нагрузки и игнорируются поисковыми системами?
- Ответ: стоп-слова
4. Дайте краткий ответ на вопрос. Какие символы позволяют найти конкретную фразу?
- Ответ: кавычки
5. Дайте краткий ответ на вопрос. Какой символ используется при поиске неполной фразы? Ответ: \*
6. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите команду поиска схожих сайтов?
- Ответ: related:
7. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите какой символ в языке запросов исключает слово?
- Ответ: дефис
8. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите команду поиска слова с конкретного сайта?
- Ответ: site:
9. Дайте краткий ответ на вопрос. Какой символ в языке запросов поискового сервера используется для совпадения в любой морфологической формы?
- Ответ: !
10. Дайте краткий ответ на вопрос. Какой символ в языке запросов поискового сервера используется для сохранения порядка слов?
- Ответ: []
11. Дайте краткий ответ на вопрос. Какая команда в языке запросов поискового сервера используется среди страниц, которые имеют указанный адрес?
- Ответ: url:
12. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите какая команда в языке запросов поискового сервера используется для фильтрации выдачи по доменной зоне веб-страниц?
- Ответ: domain:

13. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите какая команда в языке запросов поискового сервера используется для фильтрации выдачи по формату найденных документов?

Ответ: mime:

14. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите какая команда в языке запросов поискового сервера используется для фильтрации выдачи по определённому языку?

Ответ: lang:

15. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите какая команда в языке запросов поискового сервера используется для фильтрации выдачи по определённой дате?

Ответ: date:

16. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите как выглядит формат даты поискового запроса с указанием числа, месяца и года?

Ответ: ГГГГММДД

17. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите для чего используются () при поисковых запросах?

Ответ: для группировки

18. Дайте краткий ответ на вопрос. Какой символ в языке запросов поискового сервера используется для поиска страниц, на которых слово, прописанное после не находится в одном предложении вместе с другими словами, записанными до этой команды?

Ответ: ~

19. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите самую популярную онлайн нейросеть, работающая по принципу чат-бота?

Ответ: ChatGPT

20. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите информационную систему широкого профиля в Интернете, состоящую из комплекса программ, предназначенных для индексирования больших объемов массивов неструктурированных данных?

Ответ: WAIS

21. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите какой называется метод, при котором информация анализируется и разбивается на компоненты, затем полученные данные преобразуются в пригодный формат для дальнейшей обработки, в процессе чего один формат данных превращается в другой, более читаемый?

Ответ: парсинг

22. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите как называется программа, являющаяся составной частью поисковой системы и предназначенная для перебора страниц Интернета с целью занесения информации о них в базу данных поисковика?

Ответ: краулер

23. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите как называется технология получения веб-данных путем извлечения их со страниц веб-ресурсов?

Ответ: скрапинг

24. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите способ подписки на любой обновляемый контент?

Ответ: RSS

25. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите бесплатный сервис для вебмастеров от Яндекса?

Ответ: Яндекс.Вебмастер

26. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите бесплатную систему анализа посещаемости и конверсии от Яндекса?

Ответ: Яндекс.Метрика

27. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите что быстро позволяет оценить ключевые параметры сайта? Ответ: экспресс-анализ

### Вопросы для опроса

1. Назовите бесплатный сервис для вебмастеров от Google?
2. Назовите бесплатную систему анализа посещаемости и конверсии от Google?
3. Назовите сервис для анализа поисковых запросов от Яндекса?
4. Назовите расширение для браузеров при анализе поисковых запросов от Яндекса?
5. Назовите общее название онлайн-платформы, которая используется для общения, знакомств, создания социальных отношений между людьми, которые имеют схожие интересы или офлайн-связи, а также для развлечения (музыка, фильмы) и работы?
6. Назовите как называют данные, которые бренд собирает из своих социальных сетей?
7. Назовите как называют набор технологических решений и методов, используемых для сбора данных из социальных сетей?
8. Назовите как называют отслеживание разговоров и упоминаний, связанных с выбранной темой, которые пользователи оставляют в социальных сетях, а затем их анализ, чтобы понять, какие действия можно предпринять, чтобы улучшить пользовательский опыт?
9. Назовите как называют контрольные показатели, по которым вы будете оценивать эффективность своей работы и работы конкурентов?
10. Назовите как называют процесс создания цифрового кода или скрипта с целью реализации конкретного алгоритма?
11. Назовите как называют последовательность команд и/или действий, которые обычно служат для автоматизации часто повторяющихся процедур и исполняются приложением или операционной системой при конкретных обстоятельствах?

### ПК 3.3 Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети

#### Тестовые задания закрытого типа (выберите один или несколько правильных ответов из предложенных вариантов)

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов 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
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
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
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

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

6. Какие сведения можно использовать при выборе целевой аудитории для показа рекламы в социальных сетях?

- а) имена пользователей б) адреса пользователей
- в) имена домашних питомцев пользователей

**г) семейное положение пользователей**

7. Укажите, какими в первую очередь должны быть ролики, которые вы создаете для медийных объявлений.

- а) длинные и увлекательные видео, в которых есть призыв к действию
- б) короткие и релевантные видео, в которых есть призыв к действию**
- в) длинные и релевантные видео, в которых есть URL

- г) короткие и информативные видео, в которых есть номер телефона

8. Выберите точное определение кампании по контент-маркетингу.

- а) создание и публикация контента в свободное время
- б) создание актуального контента и его распространение через различные каналы
- в) регулярная отправка клиентам электронных писем с информацией о товарах или услугах компании

**г) создание и продвижение онлайн-материалов для повышения популярности товара или услуги**

9. Какое понятие описано в следующем определении? «Разделение потребителей на группы с учетом того, кто они и что им нравится, чтобы выделить аудиторию, которая наиболее заинтересована в ваших товарах или услугах».

- а) маркетинговые каналы
- б) демографическая статистика
- в) сегментирование аудитории**
- г) групповая динамика

10. Заполните пропуск в предложении. С какой целью создается контент?

«Развлечь, вдохновить, \_\_\_\_\_ и убедить».

- а) развлечь
- б) угодить
- в) удивить

**г) научить**

11. Почему обычные тексты не всегда подходят для публикации в Интернете и при создании онлайн-контента необходим особый подход?

**а) пользователям, которые читают онлайн, сложнее концентрировать внимание, так как они перегружены информацией**

б) на некоторых платформах для ведения блогов ограничен объем для публикуемых текстов

- в) пользователи предпочитают читать онлайн только длинные статьи

г) большинство пользователей интернета – молодые люди, поэтому нужно использовать соответствующий язык и стиль

12. Какой метод лучше всего подходит для выделения ключевых дат и выбора

подходящих каналов для продвижения?

**а) ведение календаря для управления контентом**

б) создание иллюстраций для усиления контента

в) сегментирование аудитории

г) выделение авторитетных пользователей в социальных сетях

### **Тестовые задания открытого типа**

1. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите как называется целевое действие в обмен на какую-то ценность?

Ответ: СТА (призыв к действию)

2. Укажите понятие. Как называется инструмент для сбора контактов?

Ответ: лендинг

3. Укажите понятие. Как называется выпадающий список, в котором пользователь может выбрать один вариант ответа?

Ответ: дропдаун

4. Укажите понятие. Как называется один вариант ответа, куда пользователь ставит «галочку»? Ответ: чекбокс

5. Укажите понятие. Как называется опросник с несколькими вариантами ответа?

Ответ: радиобаттон

6. Укажите понятие. У какого вида лендинга целью является заполучить контакты посетителя: email или телефон – либо подписать на бот в социальных сетях или мессенджерах?

Ответ: подписной

7. Укажите понятие. Что означает квиз?

Ответ: командная интеллектуальная игра

8. Укажите понятие. В каком виде лендинга используются квизы?

Ответ: вирусный

9. Укажите понятие. Как называется вид конверсии при отношении тех, кто нажал, ко всем посмотревшим?

Ответ: конверсия в рекламе

10. Укажите понятие. Как называется все маркетинговые активности, направленные на привлечение заинтересованных в покупке людей?

Ответ: лидогенерация

11. Укажите понятие. Как называются люди, которые совершает целевое действие?

Ответ: лиды

12. Укажите понятие. Как называются люди, которые оставили заявку, но не нуждаются в товаре или услуге или не входят в целевую аудиторию?

Ответ: нецелевые лиды

13. Укажите понятие. Как называются мало заинтересованные или почти не заинтересованные в покупке люди?

Ответ: холодные лиды

14. Укажите понятие. Как называется маркетинг в социальных сетях?

Ответ: SMM

15. Укажите понятие. Как коллаж из нескольких изображений, отражающих настроение будущего визуального продукта?

Ответ: мудборд

16. Укажите понятие. Как называется схема будущего сайта и наброски примерного дизайна?

Ответ: прототип

17. Укажите понятие. Как называется способ обращения посетителей официального сайта или продающей странички компании с применением различных форм

обратной связи для совершения определенного целевого действия – к примеру, покупки?

Ответ: заявка

18. Укажите понятие. Как называется тип заявки, который представляет собой кнопку или ссылку на платформе, при нажатии на них пользователю открывается расширенная веб-область с полями для заполнения?

Ответ: закрытая

19. Дайте краткий ответ на вопрос. Назовите, что необходимо для получения контактных данных посетителей, которые в дальнейшем нужно будет использовать для того, чтобы довести потенциального покупателя до исполнения целевого действия?

Ответ: форма захвата лидов

20. Укажите понятие. Как называется специальный тест, который используется для проверки, что вы не являетесь роботом, а настоящий человек?

Ответ: капча

21. Укажите понятие. Как называется прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками, в частности, для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов?

Ответ: CRM

22. Дайте краткий ответ на вопрос. Относится ли к форме захвата лидов калькулятор?

Ответ: да

23. Укажите понятие. Как обычно называется квадратный или прямоугольный баннер, который появляется через некоторое время после того, как пользователь переходит на страницу?

Ответ: поп-ап (всплывающее окно)

24. Укажите понятие. Как называется недорогое предложение, которое дополняет основную продуктовую линейку?

Ответ: трипваер

25. Укажите понятие. Как называют бесплатный материал, который пользователь может быстро изучить и внедрить?

Ответ: лид-магнит

26. Дайте краткий ответ на вопрос. С каким федеральным законом необходимо согласиться для сбора персональной информации?

Ответ: 152-ФЗ

### **Вопросы для опроса**

1. Назовите как называются платёжные сервисы, которые выступают посредниками между интернет-продавцом и банками или платёжными системами, которые проводят платежи?

2. Назовите что позволяет покупателю платить только банковскими картами?

3. Назовите как называется возможность оплатить товары или услуги в интернете или через мобильное приложение без использования банкнот?

4. Назовите как называется электронное средство платежа – именно так он называется в законе, – это платёжный инструмент для хранения денег, переводов и оплаты в интернете?

5. Назовите как называется маркетинговый приём, при котором выручку с покупки повышают за счёт продажи более дорогой версии продукта?

6. Назовите как называется комбинирование разных товаров для увеличения продаж?

7. Назовите как называется прием в маркетинге, при котором покупателю

предлагается более дешевая альтернатива выбранного товара?

8. Назовите как называется механика повышения среднего чека заказа за счет рекомендации сопутствующих товаров?

9. Назовите как называется техника, которую используют для максимизации прибыли (увеличения дохода за счет повышения среднего чека сделки)?

10. Назовите как называется сервис в РФ, с помощью которого можно совершать межбанковские переводы по номеру мобильного телефона круглосуточно, без праздников и выходных?

### **ПК 3.4 Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество**

**Тестовые задания закрытого типа (выберите один или несколько правильных ответов из предложенных вариантов)**

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

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

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

4. Вы рассылаете электронные письма своим клиентам. Что при этом стоит делать?

**а) определять наиболее эффективные темы писем с помощью A/B-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

5. Если у электронных писем низкая открываемость, как это можно исправить?

а) изменить дизайн сайта

б) изменить цвет кнопок в тексте письма

в) отправить письмо большему числу клиентов

**г) изменить тему письма**

6. Вы запустили рассылку по электронной почте для своей компании. Какое из утверждений верно?

**а) в рассылке по электронной почте не нужно использовать рекламные объявления**

б) не нужно оценивать эффективность рассылки по электронной почте с помощью аналитики

- в) нужно указывать в письмах личные контактные данные
- г) в письмах можно использовать любые изображения, даже защищенные авторским правом

7. Вы ведете блог о кино. Каких клиентов вы сможете привлечь с помощью медийной рекламы?

- а) пользователей, блокирующих рекламу, но интересующихся тематикой блога
- б) пользователей, незнакомых с вашим блогом, но интересующихся его тематикой**

в) только тех, кто уже читал ваш блог

г) только тех, кто интересуется кино

8. Заполните пропуск: “Основная составляющая рекламных объявлений в поисковых системах – \_\_\_\_\_”.

а) звук

б) видео

**в) текст**

г) изображение

8. Где появляются ваши рекламные объявления, если вы продвигаете бизнес с помощью маркетинга в поисковых системах?

**а) только в поисковых системах**

б) только на сайтах

в) в поисковых системах и на сайтах

г) на сайтах и в социальных сетях

9. Каким группам пользователей можно целенаправленно показывать рекламу при проведении медийных кампаний?

а) пользователям с определенным именем

**б) тем, кто говорит на определенном языке**

в) тем, кто уже приобрел определенные товары

г) пользователям с определенным адресом

10. Чем полезна медийная реклама?

а) она гарантирует рост числа посетителей сайта

б) она гарантирует рост продаж

**в) она привлекает посетителей на сайт**

г) она повышает рейтинг сайта в поисковых системах

11. Рекламные сети собирают данные определенного типа и передают их компаниям.

а) количество продаж по каждому объявлению

**б) стоимость размещения каждого объявления**

в) стоимость создания объявления

г) прогноз количества продаж по каждому объявлению

### Тестовые задания открытого типа

1. Укажите понятие. Как называется предположение или догадка, утверждение, которое, в отличие от аксиом, постулатов, требует доказательства?

Ответ: гипотеза

2. Укажите понятие. Как называется рекламное объявление, которое показывается пользователям социальных сетей и не только по определенным критериям?

Ответ: таргетированная реклама

3. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите по какому принципу работает таргетированная реклама в социальных сетях?

Ответ: принцип аукциона

4. Укажите понятие. Как называют человека, мнение которого является важным для большого числа людей, «лидера мнений»?

Ответ: инфлюенсер

5. Укажите понятие. Как называется вид рекламы как посты, которые размещают в блогах, сообществах и пабликах?

Ответ: посев

6. Укажите понятие. Что является главным правилом для инфлюенсера?

7. Ответ: аутентичность

8. Укажите понятие. Как называется документ, в котором изложены стратегические и тактические решения о том, что должен делать бренд в социальных сетях, чтобы достичь своих маркетинговых и бизнес-задач?

Ответ: SMM-стратегия

9. Укажите понятие. Как называется продвижение компании, её товаров и услуг через контент: статьи, посты в социальных сетях, ролики, рассылки?

Ответ: контент-маркетинг

10. Укажите понятие. Как называется описание задачи, процесса решения и результата работы, в которой рассказывают, как решили проблему клиента с помощью своего продукта или услуги?

Ответ: кейс

11. Укажите понятие. Как называется инструкция, которая помогает пользователям получить результат?

Ответ: гайд

12. Укажите понятие. Как называется онлайн-встречи с сотрудниками компании или приглашёнными экспертами.

Ответ: вебинар или стрим

13. Дайте краткий ответ на вопрос. Чем отличается вебинар от стрима?

Ответ: контентом

14. Укажите понятие. Как называется реклама, которую запускают в поисковых системах и на сайтах партнеров?

Ответ: контекстная реклама

15. Укажите понятие. Как называется количество посетителей ресурса?

Ответ: трафик

16. Укажите понятие. Как называется число репостов, лайков и комментариев?

Ответ: вовлечённость

17. Укажите понятие. Как называется виртуальные помощники, часть которых выполняет примитивные действия (напоминания, бронирование, запись информации, автоответчик), а другая построена на основе искусственного интеллекта?

Ответ: чат-боты

18. Укажите понятие. Как называется интернет-пользователь, который ведёт собственный канал, сайт или страничку

Ответ: блогер

19. Укажите понятие. Как называется подготовка текстовых материалов рекламного и пиар- характера: слоганов, сценариев видеороликов, статей, интервью, описаний товаров на сайтах и прочего?

Ответ: копирайтинг

20. Укажите понятие. Как называется контент для продвижения сайта вверх по поисковой выдаче?

Ответ: SEO-копирайтинг

21. Укажите понятие. Как называется создание нового текста с высокой технической уникальностью на основе одного или нескольких исходников?

Ответ: рерайтинг

22. Укажите понятие. Как называется различного рода гайды или короткие книги на узкую тему?

Ответ: White Paper (белая книга)

23. Укажите понятие. Как называется метрика САС?

Ответ: стоимость привлечения клиента

24. Укажите понятие. Как называется промоматериал, который стремится вписаться в контекст и стиль контента площадки, выглядеть и быть воспринятым как его естественная часть?

Ответ: нативная реклама

25. Укажите понятие. Как называется скрытая реклама в кино, книгах и радио и даже на произведениях искусства?

Ответ: продакт-плейсмент

26. Укажите понятие. Как называется коллаж из фото и текст с иконками, который подсвечивает преимущества товаров на карточках?

Ответ: инфографика

27. Укажите понятие. Как называется прямые коммуникации с пользователями?

Ответ: Direct

### **Вопросы для опроса**

1. Что такое процесс мотивации довольных клиентов оставлять положительные отзывы или отработать негатив недовольных клиентов и не позволить ему вылиться в онлайн-пространство, то есть решить проблему клиента до того, как он опубликует негативный отзыв?

2. Как называются торговые площадки с уже сформированной аудиторией?

3. Укажите какой маркетинг предполагает совместные программы нескольких брендов со смежной аудиторией: когда за покупку у одной компании человек получает бонус в другой?

4. Что означают коммуникации с целевой аудиторией на просторах Интернета для повышения интереса к определенному продукту, бренду?

5. Укажите как называются дополнительные элементы, которые добавляют к URL страницы, чтобы отслеживать визиты и действия пользователей?

6. Как называется целенаправленная система спланированных рекламных мероприятий, объединённых одной идеей и концепцией для достижения конкретной маркетинговой цели в рамках согласованной маркетинговой стратегии рекламодателя?

7. Как называется классическая методика постановки целей?

8. Укажите как называется документ, обычно в виде таблицы, который содержит ключевую информацию о рекламной кампании: каналы продвижения, сроки, форматы, стоимость размещения, охваты и другие показатели?

9. Что такое бриф?

10. Что такое уникальное торговое предложение

11. Что означает монетизация контента?

### **ПК 3.5 Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика**

**Тестовые задания закрытого типа (выберите один или несколько правильных ответов из предложенных вариантов)**

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

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**

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

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

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

6. Из статистических данных вы узнали, что пользователи смотрят ваше видео в течение всего нескольких секунд. Что вам следует предпринять?

а) удалить видео с платформы

б) заново снять ролик с учетом комментариев пользователей

в) **обновить изображение для предварительного просмотра, заголовков или описание видео**

г) разместить в описании ролика просьбу посмотреть его целиком

7. Заполните пропуск в предложении. С помощью веб-аналитики сайта можно узнать следующее: \_\_.

а) **время суток, в которое ваш ресурс привлекает наибольший объем трафика**

б) количество упоминаний или лайков в социальных сетях

в) уровень эффективности рекламных кампаний ваших конкурентов

г) адреса электронной почты пользователей, которые посещают ваши целевые страницы

8. Выберите категории клиентов, о которых можно мгновенно получить полезную информацию с помощью веб-аналитики.

а) **предыдущие посетители и текущие пользователи**

б) текущие пользователи и потенциальные клиенты

в) предыдущие посетители и потенциальные клиенты

г) пользователи в режиме онлайн и обычные посетители

9. Что можно узнать о пользователях с помощью инструментов веб-аналитики?

а) контактную информацию пользователей, сведения об их действиях в интернете и данные об ОС их устройств

**б) местоположение пользователей, а также сведения об их устройствах и посещенных страницах**

в) местоположение пользователей, сведения об их устройствах и контактную информацию

г) интересы пользователей, их местоположение и сведения о том, когда они удаляют файлы cookie в браузере

10. Данные какого типа связаны с показателем, который можно представить в числовой форме?

**а) количественные**

б) качественные

в) комплексные

г) клиентские

11. Заполните пропуск в предложении. Данные, имеющие практическое значение, – это информация, которая при проведении кампании по интернет-маркетингу отвечает на вопрос: «\_\_\_\_\_».

**а) почему?**

б) как?

в) когда?

г) кто?

12. Какой способ представления данных лучше всего выбрать, если вам нужно показать, какие элементы сайта привлекают больше всего внимания?

а) линейчатая диаграмма

б) круговая диаграмма

в) таблица

**г) тепловая карта**

#### **Тестовые задания открытого типа**

1. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите фундаментальный этап в любой стратегии?

Ответ: разработка технического задания

2. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите как называется неидеальный продукт, который всё же выполняет основную функцию и уже представлен пользователям?

Ответ: минимально жизнеспособный продукт (MVP)

3. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите как называется методика, которую используют для проверки реализуемости идеи или концепции до выпуска?

Ответ: PoC

4. Дайте краткий ответ на вопрос. Как называется версия продукта, созданная не только для решения проблем клиентов и формирования базовой ценности для них, но и для обеспечения приятного и запоминающегося клиентского опыта?

Ответ: MLP

5. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите какой подход позволяет быстро реагировать на изменения и фиксировать потери на ранних стадиях разработки?

Ответ: продуктовый подход

6. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите какой подход, который предлагает рассматривать продукт как комбинацию нескольких уровней?

Ответ: концепция продуктовой совокупности (Total Product Concept)

7. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите метод, который предполагает классификацию функций продукта на основе того, как они воспринимаются пользователями, и выявлении тех, которые могут значительно повысить удовлетворенность клиентов?

Ответ: метод Кано

8. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите как называется техника, которая

используется для понимания того, как клиенты воспринимают и группируют различные информационные элементы? Ответ: метод карточной сортировки

9. Укажите понятие. Как называется метод, который включает одновременный запуск двух версий продукта или процесса для оценки их эффективности?

Ответ: А/В-тестирование

10. Дайте краткий ответ на вопрос. Для какого MVP всю работу делают вручную, но для потребителя создают иллюзию полноценного продукта?

Ответ: Флинстоуна (Волшебника страны Оз)

11. Укажите понятие. Как называется своего рода обозначение жанра, в котором та или иная единица должна быть исполнена?

Ответ: формат

12. Укажите понятие. Как называется то, что дает пользователю основания для совершения действия, своего рода «толчок», побуждающий действовать?

Ответ: триггер

13. Укажите понятие. Как называется группа людей или компаний, которая является целевой группой потребителей определённых продуктов или услуг?

Ответ: целевая аудитория

14. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите кто является целевыми клиентами B2B рынка?

Ответ: организации или предприятия

15. Укажите понятие. Как называется готовый набор инструментов, который помогает разработчику быстро создать продукт: сайт, приложение, интернет-магазин, CMS-систему?

Ответ: фреймворк

16. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите как называется программное обеспечение, предназначенное для создания, управления, редактирования и организации контента на сайтах?

Ответ: CMS-система

17. Укажите понятие. Как называется фреймворк, который отвечает за внешний вид проекта и работают в браузере?

Ответ: фронтенд- фреймворк

18. Укажите понятие. Как называется фреймворк, который отвечает за возможность хранения, обработки и анализа больших массивов данных из различных баз данных и за работоспособность сайта или приложения?

Ответ: бэкенд-фреймворк

19. Укажите понятие. Что позволяет овозможает запускать исходный код на различных операционных системах (Windows, Linux, macOS) или платформах (в вебе, на десктопных или мобильных устройствах)?

Ответ: кроссплатформенность

20. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите какая архитектура реализуют во фреймворках?

Ответ: MVC

21. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите как называется общее название процессов (AAA), связанных с обеспечением защиты данных в информационных системах?

Ответ: аутентификация, авторизация, учет

22. Укажите понятие. Как называется внутренний маркетинговый документ компании, который не публикуется в открытом доступе, потому что содержит стратегию бизнеса с описаниями конкурентов, платформой бренда, исследованиями аудитории и рынка?

Ответ: брендбук

23. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите с помощью какого программного

интерфейса, приложения, веб-сервиса и программы обмениваются информацией?

Ответ: API

24. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите какой язык программирования считается языком разметки веб-страниц? Ответ: HTML

25. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите какой язык программирования, который наиболее часто применяется во фронтенд-разработке веб-сайтов?

Ответ: JavaScript

26. Укажите понятие. Кто проверяет, как работает программа или приложение, ищут ошибки, смотрят, чтобы программа делала именно то, что задумано, защищают продукт от хакеров, проверяют, как приложение работает на разных устройствах и в разных операционных системах?

Ответ: тестировщик

### **Вопросы для опроса**

1. Как называется международный стандарт, который определяет процесс постановки требований на разработку ПО?

2. Какой международный стандарт, определяет процесс постановки требований на разработку ПО?

3. Что представляет собой разница в процентах между себестоимостью и итоговой ценой?

4. Что означает процесс определения времени, необходимого для выполнения всех действий, связанных с реализацией проекта?

5. Что означает процесс определения того, какие данные должны быть собраны и как они будут использоваться для анализа эффективности работы?

6. Как называется метод, придуманный М. Шеррингтоном, основателем консалтинговой компании Added Value, по определению ЦА?

7. Как называется план расходов, которые необходимы для достижения маркетинговых целей?

8. Назовите метод планирования бюджета на маркетинг, который не учитывает внешние факторы, может возникнуть ситуация недостаточного или избыточного финансирования?

9. Назовите метод планирования бюджета на маркетинг, в котором сумма расходов компании определяют на основе данных о бюджетах конкурентов?

10. Как называется список действий, по которому можно проверить выполненные этапы одного задания или различные задачи?

11. Как называются инструменты для внедрения полезных привычек, которые позволяют отслеживать, насколько регулярно выполняются одни и те же действия на протяжении длительного времени при реализации проекта?

12. Как называется схема с низким уровнем детализации, которая визуализирует структуру и содержание цифрового проекта?

### **ПК 3.6 Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».**

**Тестовые задания закрытого типа (выберите один или несколько правильных ответов из предложенных вариантов)**

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 видео-инструкций**

в) создание видеороликов для кампании по стимулированию сбыта

г) размещение личных видеоблогов

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

3. Ваша ключевая бизнес-цель заключается в том, чтобы клиенты бронировали номера в гостинице. Какая информация вам будет наиболее интересна?

- 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) сколько пользователей из числа посетителей вашего сайта бронируют номера 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

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

6. Что можно разместить на странице с описанием товара, чтобы сделать ее эффективнее?

- а) информацию о предыдущих версиях товара
- б) ссылки на других поставщиков
- в) отзывы о товаре**
- г) сравнение цен

7. Что из перечисленного можно назвать преимуществом электронной торговли?

- а) простая процедура оформления заказа
- б) низкие операционные расходы**
- в) минимум взаимодействия с покупателем
- г) сегментация аудитории

8. В чем функциональная выгода интернет-магазина для владельца или администратора?

- а) с его помощью можно собрать адреса посетителей интернет-магазина
- б) в нем можно оформить заказ быстрее, чем в обычном магазине
- в) в нем есть серверная система управления заказами**
- г) в нем можно устраивать больше акций и распродаж, чем в обычном магазине

9. Иногда, оформляя заказ, клиент переходит на отдельный сайт, чтобы завершить оплату, а потом снова возвращается в интернет-магазин. Как называется этот процесс?

- а) обработка платежа сторонней платежной системой**
- б) обработка платежа посторонней платежной системой
- в) внешняя обработка платежа
- г) внутренняя обработка платежа

10. Вы хотите разместить интернет-рекламу на зарубежных рынках. Что поможет оценить спрос на ваши товары или услуги в нужных странах?

- а) ПО для машинного перевода
- б) инструменты планирования ключевых слов**

в) опрос среди жителей страны, в которой вы хотите развивать бизнес г) поисковая реклама в разных странах

12. Какое из следующих утверждений верно описывает то, как действуют объявления для ретаргетинга?

а) объявления для ретаргетинга показываются пользователям, которые ещё не посещали ваш сайт

б) если клиент оплатил покупку, вы уже не можете отключить рекламу для ретаргетинга

в) благодаря ретаргетингу вы можете вернуть клиентов на свой сайт

г) **когда пользователь открывает ваш сайт, браузер записывает анонимную информацию об этом действии в файле cookie**

13. Вы планируете расширяться и хотите предлагать свои товары или услуги по всему миру. Что из перечисленного следует выяснить в первую очередь?

а) в какое время суток покупатели за рубежом выходят в Сеть

б) **какие есть правовые и налоговые особенности в выбранной стране**

в) какие социальные каналы популярны в стране

г) в каких курьерских службах самая дешевая международная доставка

### **Тестовые задания открытого типа**

1. Укажите понятие. Какая метрика показывает, как много людей видят посты сообщества?

Ответ: Reach-охват

2. Укажите понятие. Назовите какая уникальная метрика для Телеграма, показывает, сколько подписчиков посмотрели публикацию?

Ответ: VR-простмотры

3. Укажите понятие. Назовите какая метрика указывает на чистоту базы и наличие ошибок в отправке?

Ответ: DR-доставляемость

4. Укажите понятие. Назовите какая метрика показывает, какой процент подписчиков открывает сообщения, и подсказывает, насколько рассылки интересны аудитории, хорошо ли подобраны темы?

Ответ: OR-открываемость

5. Укажите понятие. Назовите какая метрика показывает интерес аудитории к рассылке, насколько она актуальна, не надоедлива ли?

Ответ: UR-отписки

6. Укажите понятие. Назовите какая метрика показывает, как часто пользователи расценивают письма как спам и жалуются на них?

Ответ: SCR-жалобы на спам

7. Укажите понятие. Назовите какая метрика показывает, сколько в среднем человек проводит времени в блоге?

Ответ: SD

8. Укажите понятие. Назовите какая метрика показывает уникальных посетителей?

Ответ: UV

9. Укажите понятие. Назовите какая метрика показывает количество страниц, которые пользователи просматривают на сайте за одну сессию?

Ответ: PD

10. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите как называется процентное соотношение между доходом и инвестициями в бизнес?

Ответ: ROI

11. Укажите понятие. Укажите как называется возврат инвестиций в маркетинг?

Ответ: ROMI

12. Укажите понятие. Укажите как называется возврат инвестиций в рекламу?

13. Ответ: ROAS
14. Укажите понятие. Укажите как называется метрика для кампаний по продвижению продукта, которая показывает, насколько привлекательно рекламное объявление для пользователей и определяется как соотношение кликов к показам?  
Ответ: CTR (коэффициент кликабельности)
15. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите как называется метрика стоимости тысячи показов?  
Ответ: CPM
16. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите как называется метрика стоимости за 1 лид?  
Ответ: CPL
17. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите как называется метрика стоимости за 1 заказ?  
Ответ: CPO
18. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите как называется метрика стоимости за 1 действие?  
Ответ: CPA
19. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите как называется показатель доходов, которые бизнес может получить от клиентов за определенный промежуток времени, работая с потенциальной клиентской аудиторией?  
Ответ: LTV (CLV, расчет жизненной стоимости пользователя)
20. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите как называется метрика нужна для понимания, сколько покупок приходится на одного клиента?  
Ответ: PF (частота покупок)
21. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите как называется это система сбора, измерения и анализа данных об интернет- пользователях?  
Ответ: Веб-аналитика
22. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите как называется работа с сервисами веб-аналитики, рекламными кабинетами и CRM-системами?  
Ответ: сбор данных
23. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите как называется методология объединения нескольких аналитических систем в сети Интернет?  
Ответ: сквозная аналитика
24. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите как называется метод анализа товарного ассортимента?  
Ответ: ABC-анализ
25. Дайте краткий ответ на вопрос. Укажите как называется метод сегментирования пользователей, учитывающий частоту?  
Ответ: RFM-анализ

### **Вопросы для опроса**

1. Как называется работа по улучшению показателей, важных для бизнеса? Ответ: внедрение изменений
2. Что представляет собой интерактивная аналитическая панель, графический интерфейс?
3. Как называется упрощённая визуализация данных для неспециалистов, обычных пользователей?
4. Что означает мониторинг активности посетителей за пределами сайта?
5. Как называется создание положительного имиджа бренда в поисковых системах?
6. Что такое PPC?
7. Что означает технический аудит?

8. Как называется набор ключевых запросов, которые описывают сайт и то, что на нём размещается?
9. Как называются метрики, для отслеживания показателей эффективности маркетинговых активностей и анализа поведения пользователей?
10. Что представляет собой сумма, которую предприятие выделяет на продвижение продукта в течение определенного временного промежутка?
11. Как называется период времени, в течение которого пользователь активно работает с вашим веб-сайтом или приложением?
12. Как называется количество посещений, во время которых хотя бы раз были просмотрены указанные страницы?

### **Содержание заданий учебной практики**

10. Определение целевой аудитории: выделить сегменты целевой аудитории, составить описание каждого сегмента с учетом следующих характеристик: фото типичного представителя, пол, возраст, география проживания, семейное положение, образование, доход, профессиональная деятельность, интересы, стиль жизни.
11. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита.
12. Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.
13. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях.
14. Разработка и анализ контент-плана для разных типов предприятий.
15. Разработка уникальных торговых предложений.
16. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара.
17. Анализ результатов маркетинговой активности.
18. Расчет стоимости рекламной кампании.

### **Содержание заданий производственной практики**

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

16. Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.

#### **4.3 Промежуточная аттестация**

**Промежуточная аттестация по профессиональному модулю «Организация и осуществление интернет-маркетинга» проводится в форме экзамена квалификационного (по модулю).**

**Перечень вопросов для экзамена квалификационного (по модулю):**

1. Процесс управления маркетингом, основные этапы, проблемы реализации
2. Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке
3. Организация службы маркетинга на предприятии.
4. Маркетинговая среда предприятия в рыночной экономике
5. Основные факторы микросреды функционирования фирмы.
6. Основные факторы макросреды функционирования фирмы.
7. Жизненный цикл товаров: основные стадии.
8. Продвижение товаров и услуг.
9. Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу.
10. Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы
11. Основные клиенты интернет-маркетинга. Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей
12. Сервисные программы для оценки потребительской ценности.
13. Программы лояльности.
14. Информационные системы управления опытом потребителей
15. Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа.
16. Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта.
17. Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности.
18. Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов
19. Основы письменной деловой коммуникации использования инструментов для проведения технического аудита
20. Правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации
21. Основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин.
22. Способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта
23. Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов.
24. Организация правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний, стандартов делового общения в письменной и устной форме, особенностей функционирования современных поисковых машин.
25. Анализ правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта.
26. Правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы).
27. Методы обработки текстовой и графической информации основ

копирайтинга и веб-райтинга

28. Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения.
29. Концепция продвижения, цели и задачи продвижения.
30. Целевая аудитория, модели поведения аудитории и методы влияния на нее
31. Понятие «социальная сеть», общие принципы работы виртуальных социальных сетей.
32. SMM-стратегия, методы измерения эффективности, методы создания контента.
33. Стратегия продаж через «блогосферу».
34. Понятие и значение контент-плана в интернет-маркетинге. Виды контент-планов. Содержание контент-плана.
35. Изучение перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет»
36. Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа. Характеристика социальных медиа.
37. Анализ рекламных модулей.
38. Анализ уникальных торговых предложений и рекламных рассылок.
39. Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования, структура.
40. Конструкторы для создания «landing page».
41. Концепции эффективности в интернет-маркетинге.
42. Методы измерения в интернете.
43. Методы идентификации посетителей.
44. Измерение эффективности интернет-маркетинга.
45. Анализ рекламной компании по стоимости клиентов и конверсии.

### **Ситуационные задачи и практические задания к экзамену квалификационному (по модулю).**

#### **Задача 1**

Сайт косметики за месяц посетили 1000 человек, а оформили и оплатили заказ только 100. Бюджет на продвижение 10 тыс. руб. Чему равен CTR?

#### **Задача 2**

Работа агентства стоила 100 тыс. руб. Рекламный бюджет, который выделила компания агентству, – 150 тыс. руб.. Предельная стоимость лида – 2 тыс. руб. Рекламная кампания шла месяц, получилось сгенерировать 112 лидов. Среди них 28 оказались нецелевыми. Чему равна стоимость лида?

#### **Задача 3**

Салон красоты вложил в июне 35 тыс. руб. в контекстную рекламу в поисковых сетях. На сайт пришли 2000 человек, а записались к мастерам 20. Получилось заработать 100 тыс. руб. Определите конверсию и окупаемость.

#### **Задача 4**

На рекламную кампанию было потрачено 1 000 рублей, сделано 50 кликов и продано 10 товаров. Определите стоимость клика и рекламы на продажу одного товара.

#### **Задача 5**

На маркетинг было потрачено 25 тыс. руб. (в т.ч. на рекламную кампанию – 12 тыс. руб.). Предполагаемые доходы от рекламной компании – 10 тыс. руб. Чему равен ROAS?

#### **Задача 6**

На рекламную кампанию было потрачено: рассылка – 15 тыс. руб., баннерная реклама – 50 тыс. руб. Предполагаемые доходы от рекламной кампании: по рассылке – 30 тыс. руб., по баннерной рекламе – 120 тыс. руб. Чему равен ROMI?

#### **Задача 7**

Расходы компании 25 тыс. руб. при выручке 51 тыс. руб. Чему равен ROI?

#### **Задача 8**

За пять лет выручка компании составила 120 миллионов. В компанию обращались 1734 клиента. Чему равен LTV?

#### **Задача 9**

Средняя потребительская ценность клиента равна 2000 руб., средний срок жизни клиента – 1,5 года. Валовая маржинальность составит 40%. Чему равен LTV?

#### **Задача 10**

За год компания выполнила 5 тысяч заказов и заработала 7 миллионов рублей. Всего в неё обратилось 800 клиентов, каждый из них совершал покупки в среднем в течение 9 месяцев

– это 0,75 года. Средняя валовая прибыль составила 20%.

#### **Задача 11**

Конкурент привлекает трафик на сайт с помощью контекстной рекламы – 50%, и таргетированной рекламы – 40%. Органический трафик составляет 10%. Посещаемость сайта конкурента приблизительно такая же, как и на сайте компании, – 5000 человек в месяц. Стоимость лида из контекстной рекламы компании – 270 Р, из таргетинга – 150 Р. Определите бюджет на маркетинг в следующем году?

#### **Задача 12**

В следующем году компания планирует несколько активностей:

– Запустить баннерную рекламу в РСЯ (Рекламной сети Яндекса), чтобы увеличить узнаваемость компании. Данные Яндекс Директ дают за 50 млн просмотров СРМ в 230 Р.

– С помощью контекстной рекламы привлечь 100 тыс. лидов при СРС 330 Р, с помощью таргетированной рекламы – 80 тыс. лидов при СРС 310 Р.

Определите бюджет на маркетинг в следующем году?

#### **Задача 13**

Рекламодатель оплачивает 1000 показов баннера по 40 рублей. После 10 тысяч показов пользователи совершили 20 кликов. Чему равен СРС?

#### **Задача 14**

Финансовая компания за сентябрь 2024 года потратила: 100 тыс. руб. на таргетированную рекламу, с нее пришло 100 новых клиентов; 30 тыс. руб. на штатного маркетолога; 100 тыс. руб. — бюджет на контекстную рекламу; 40 тыс. руб. агентству на аутсорсинге; 4 тыс. руб. копирайтеру; 10 тыс. руб.. дизайнеру. Определите метрику САС?

#### **Задача 15**

Цветочный магазин использовал для продвижения в ноябре 2023 года 3 канала: Яндекс.Директ, Google AdWords и рекламу на радио.

Клиенты, которые пришли с Яндекс.Директ, купили на 10 тыс. руб., из Google AdWords на 9 тыс. руб., из рекламы на радио 5 тыс. руб. За рекламную кампанию в Яндекс.Директ заплатили 3 тыс. руб., Google AdWords – 2 тыс. руб., а рекламу на радио – 5 тыс. руб.

Определите ROI для каждого из рекламных каналов отдельно?

#### **Задача 16**

У вас есть продукт с себестоимостью 5 тыс. руб. Вы рассчитываете получить с него прибыль в 2 тыс. руб., ставите цену на него в магазине – 8,5 тыс. руб. Чему равна стоимость лида?

#### **Задача 17**

Стоимость абонеента – 2 тыс. руб., клиенты в среднем посещают зал 3 месяца. Средняя месячная посещаемость – 50 чел. Налоги и сопутствующие расходы – 20%, аренда – 30 тыс. руб. заработная плата сотрудников 70 тыс. руб. На рекламу тратим 30%, работа специалиста по рекламе – 25 тыс. руб. Чему равен рекламный бюджет?

#### **Задача 18**

В компании из 25 обращений, вы получили 5 покупок. Стоимость товара – 1 тыс. руб. Чему равна конверсия?

#### **Задача 19**

В компании имеются следующие данные: трафик из контекста – 3000 посетителей, средняя цена клика – 5 руб., конверсия в клиента – 5%, зарплата специалиста по контекстной рекламе – 20 тыс. руб. Чему равна стоимость лида?

#### **Задача 20**

В компании имеются следующие данные: трафик из контекста – 3000 посетителей, средняя цена клика – 5 руб., конверсия в клиента – 5%, цена одной заявки – 120 руб. Чему равна стоимость лида?