**Федеральное казенное профессиональное образовательное учреждение**

**«Оренбургский государственный экономический колледж-интернат» Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации**

|  |
| --- |
| **СОГЛАСОВАНО**Зам. директора по УР\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_О.В. Гузаревич «\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2024 г. |

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**учебной дисциплины**

**ОП.08 Интернет-маркетинг**

по специальности

**38.02.08 Торговое дело**

Наименование квалификации: **специалист торгового дела**

Форма обучения: **очная**

г. Оренбург, 2024

**Рабочая программа дисциплины ОП.08 Интернет-маркетинг / сост. Н.А. Мельникова - Оренбург: ФКПОУ «ОГЭКИ» Минтруда России, 2024. - 22 с.**

Рабочая программа дисциплины ОП.08 Интернет-маркетинг, разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 «Торговое дело», приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 19.07.2023 № 548 (Зарегистрирован 22.08.2023 № 74906) и с учетом методических рекомендаций по разработке и реализации адаптированных образовательных программ среднего профессионального образования (Письмо Министерства образования и науки Российской Федерации от 22 апреля 2015 г. №06-443).

Составитель\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н.А. Мельникова

Рассмотрено на заседании ПЦК Туризм и гостиничное дело

протокол № \_\_\_ от \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2024 г.

Председатель ПЦК \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н.А. Мельникова

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
|  | Стр. |
| 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
 | 4 |
| 1. СТРУКТУРА и содержание УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
 | 8 |
| 1. условия реализации учебной дисциплины
 | 14 |
| 1. Контроль и оценка результатов Освоения дисциплины
 | 18 |

* 1. **паспорт РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ОП. 08 ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ**

 **1.1. Область применения программы**

Программа учебной дисциплины ОП. 08 Интернет-маркетинг является вариативной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Рабочая программа разработана в отношении разнонозологической учебной группы обучающихся, имеющих документально подтвержденные нарушения слуха, зрения, опорно-двигательного аппарата, соматические заболевания и поддающиеся коррекции нервно-психические нарушения или сочетанные нарушения.

**1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:**

В результате освоения данной учебной дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями, включающими в себя способность:

**Общие компетенции:**

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

**Профессиональные компетентности:**

ПК 3.7 Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.

**1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;

- документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта;

- формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);

- выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;

- выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;

- использовать инструменты для проведения технического аудита;

- определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;

- составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;

- актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;

- анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;

- составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;

- анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;

- анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию;

- определять маркетинговые стратегии;

- составлять smm-стратегии;

- составлять контент-планы;

- создавать стратегии продвижения;

- сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;

- разрабатывать уникальные торговые предложения;

- разрабатывать рекламные модули;

- создавать стратегии продвижения;

- сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;

- обосновывать выбор целевой аудитории;

- создавать тексты и рекламные слоганы;

- создавать тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;

- различать виды текстов;

- рассчитывать бюджет на создание лендинга;

- писать техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций;

- определять СТА для лендингов;

- работать с бесплатными сервисами создания лендингов;

- создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, работать с сервисами рассылок;

- составлять информационно-аналитические справки;

- оформлять отчетные документы.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **знать:**

- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;

- основы веб-технологии;

- основы веб-дизайна;

- основы компьютерной грамотности;

- методы обработки текстовой информации;

- правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;

- основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита;

- правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации;

- основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;

- способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта;

- особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;

- особенности функционирования современных поисковых машин;

- правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;

- внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок;

- особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;

- правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний;

- стандарты делового общения в письменной и устной форме;

- особенности функционирования современных поисковых машин;

- правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;

- правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы);

- методы обработки текстовой и графической информации;

- основы копирайтинга и веб-райтинга;

- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна;

- правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;

- перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «интернет»;

- особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа;

- основы разработки и поддержки сайтов/лендингов;

- основы гипертекстовой разметки;

- стандарты верстки веб-сайтов;

- принципиальные отличия лендингов от сайтов;

- сервисы для автоматизации рассылок;

- методы обработки текстовой информации и графической информации.

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.08 ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ**

**2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид учебной работы** | ***Объем часов*** |
| **Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)**  | 102 |
| в том числе: |  |
| Теоретические занятия | 34 |
| Практические занятия | 56 |
| Самостоятельная работа  | 4 |
| Консультации | 2 |
| Промежуточная аттестация в форме экзамена | 6 |

**2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП. 08 Интернет-маркетинг**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся** | **Объем** **в часах** | **Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы** |
| **Тема 1.** **Основы маркетинга** | **Содержание учебного материала**Процесс управления маркетингом (сегментирование рынка, позиционирование товара на рынке, организация службы маркетинга). Маркетинговая среда (Основные факторы микросреды функционирования фирмы. Основные факторы макросреды функционирования фирмы). Жизненный цикл товаров. Продвижение товаров. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05 |
| **Тема 2.****Определение и****характеристики интернет-****маркетинга** | **Содержание учебного материала**Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу. Основные клиенты интернет-маркетинга. Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09 |
| **Практическое занятие № 1**Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05 |
| **Практическое занятие № 2**Анализ сервисов поисковых систем, маркетинговых программ. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09 |
| **Тема 3.****Инновации в маркетинге** | **Содержание учебного материала**Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности. Новые решения для рекламы: Digital Signage, Indoor TV. Информационные системы управления опытом потребителей. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09 |
| **Практическое занятие № 3**Разработка форм опроса для сайта произвольной компании с целью определения отношения клиентов к ее товарам (услугам) с использованием цифровых технологий и электронной почты клиента. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09ПК 3.7 |
| **Практическое занятие № 4**Формирование отчета по поиску числа посетителей сайта, используя возможности маркетинговой программы (SerpParser или аналогичной): составьте отчет по поиску числа посетителей сайта предприятия по месяцам и дням, в том числе из разных поисковых систем. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09ПК 3.7 |
| **Тема 4.****Целевая аудитория проекта в****интернет-маркетинге** | **Содержание учебного материала**Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа. Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09 |
| **Практическое занятие № 5**Определение целевой аудитории: выделить сегменты целевой аудитории, составить описание каждого сегмента с учетом следующих характеристик: фото типичного представителя, пол, возраст, география проживания, семейное положение, образование, доход, профессиональная деятельность, интересы, стиль жизни. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09 |
| **Тема 5.****Анализ готовности веб-сайта****к продвижению** | **Содержание учебного материала**Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб- технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности. Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов, основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита.Правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации. Основ оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. Способов корректировки внутренних ошибок веб-сайта. | **4** | ОК 01, 02, 04, 05, 09 |
| **Практическое занятие № 6**Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09ПК 3.7 |
| **Практическое занятие № 7**Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити). | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09ПК 3.7 |
| **Практическое занятие № 8**Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09ПК 3.7 |
| **Практическое занятие № 9**Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09ПК 3.7 |
| **Практическое занятие № 10**Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09ПК 3.7 |
| **Тема 6.****Анализ интернет-****пространства и поведения****пользователей при поиске****необходимой информации в****информационно-****телекоммуникационной сети****«Интернет»** | **Содержание учебного материала**Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов.Организация правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний, стандартов делового общения в письменной и устной форме, особенностей функционирования современных поисковых машин.Анализ правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта, правил формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы), методов обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и веб-рейтинга. | **4** | ОК 01, 02, 04, 05, 09 |
| **Практическое занятие № 11**Анализ практических ситуаций на определение факторов, влияющих на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче. Составление списка ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09ПК 3.7 |
| **Практическое занятие № 12**Анализ практических ситуаций на актуализацию информации о поведении пользователей веб-сайтов и заданной тематики в информационно телекоммуникационной сети «Интернет», анализ собранной информации и принятие решения о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09ПК 3.7 |
| **Практическое занятие № 13**Анализ практических ситуаций по составлению списка ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09 |
| **Практическое занятие № 14**Анализ релевантности составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта, анализ списка ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09 |
| **Практическое занятие № 15**Создание информационных материалов методического характера. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09 |
| **Практическое занятие № 16**Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09 |
| **Практическое занятие № 17**Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, проведение анализа проектов. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09 |
| **Практическое занятие № 18**Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09ПК 3.7 |
| **Тема 7.****Разработка стратегии****проведения контекстно-****медийной и медийной кампаний и их реализация в****сети «Интернет»** | **Содержание учебного материала**Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения. Концепция продвижения, цели и задачи продвижения. Целевая аудитория, модели поведения аудитории и методы влияния на нее.Понятие «социальная сеть», общие принципы работы виртуальных социальных сетей. SMM-стратегия, методы измерения эффективности, методы создания контента. Стратегия продаж через «блогосферу». Понятие и значение контент-плана в интернет-маркетинге. Виды контент-планов. Содержание контент-плана. | **4** | ОК 01, 02, 04, 05, 09 |
| **Практическое занятие № 19**Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09 |
| **Практическое занятие № 20**Составление рубрикатора с предоставлением не менее трех тем для каждой рубрики, определение форматов постов и описания требований к ним. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09 |
| **Практическое занятие № 21**Разработка примеров для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09 |
| **Практическое занятие № 22**Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09 |
| **Самостоятельная работа № 1**Анализ популярных социальных сетей. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09 |
| **Тема 8.****Организация и проведение****рекламных кампании в****социальных медиа, для****привлечения пользователей в****интернет-сообщество** | **Содержание учебного материала**Изучение перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет». Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа. Анализ рекламных модулей, уникальных торговых предложений, рассылок. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09 |
| **Практическое занятие № 23**Разработка уникальных торговых предложений. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09ПК 3.7 |
| **Практическое занятие № 24**Разработка рекламных модулей. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09, ПК 3.7 |
| **Практическое занятие № 25**Разработка стратегии продвижения товара. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09, ПК 3.7 |
| **Практическое занятие № 26**Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09, ПК 3.7 |
| **Самостоятельная работа № 2**Анализ рекламных компаний популярных продуктов | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09 |
| **Тема 9.****Создание лендинга** | **Содержание учебного материала**Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования, структура. Конструкторы для создания «landing page». | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09 |
| **Практическое занятие № 27**Разработка лендинга для коммерческого предприятия. | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09, ПК 3.7 |
| **Практическое занятие № 28**Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет». | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09, ПК 3.7 |
| **Консультация № 1**Подготовка к экзамену  | **2** | ОК 01, 02, 04, 05, 09ПК 3.7 |
| **Экзамен** | **6** |
| **Всего** | **102** |

**3. условия реализации УЧЕБНОЙ дисциплины**

**3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация программы дисциплины ОП.08 Интернет-маркетинг требует наличия учебного кабинета Интернет-маркетинг.

**Оборудование учебного кабинета**:

- посадочные места по количеству обучающихся;

- рабочее место преподавателя;

- комплект учебно-методического обеспечения дисциплины «Логистика»;

- специальные места (первые столы в ряду у окна и в среднем ряду для лиц с нарушением зрения и слуха, а для обучающихся с нарушением опорно-двигательного аппарата – первые 2 стола в ряду у дверного проема).

**Технические средства обучения:**

- компьютер с лицензионным программным обеспечением;

- наличие звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для обучающихся с нарушением слуха;

- проекционный экран, при использовании которого обеспечивается равномерное их освещение и отсутствие световых пятен повышенной яркости для обучающихся с нарушением зрения;

- ноутбук для приема-передачи учебной информации в доступных формах для обучающихся с нарушением опорно-двигательного аппарата.

**3.2. Информационное обеспечение обучения**

**Основные источники:**

1. Интернет-маркетинг: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.]. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт. — 301 с. — (Профессиональное образование).

2. 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>

**Дополнительные источники:**

1. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе / Л. П. Гаврилов. – М. : Юрайт, 2023.

2. Гаврилов, Л. П. Основы электронной коммерции и бизнеса / Л. П. Гаврилов. – М. : Юрайт, 2023.

3.Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/455587

4. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 1-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450907

5. Основы коммерческой деятельности : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 506 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/452612

6. https://urait.ru/ - Образовательная платформа «Юрайт».

**3.3 Особенности обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья**

В целях реализации рабочей программы дисциплины ОП.08 Интернет-маркетинг созданы и совершенствуются специальные условия с учетом нозологий обучающихся: для лиц с нарушениями зрения предусмотрена возможность обучения с использованием инструментария, представленного в печатной форме увеличенным шрифтом и в форме электронного документа, для лиц с нарушениями слуха, нарушениями опорно-двигательного аппарата – в печатной форме, в форме электронного документа. При наличии запросов обучающихся с расстройством аутистического спектра (РАС), нервно-психическими расстройствами (НПР), нарушениями опорно-двигательного аппарата или по рекомендации педагога-психолога для представления учебного материала создаются контекстные индивидуально ориентированные мультимедийные презентации.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ справочного, учебного, просветительского материала обеспечиваются следующие условия:

Для слабовидящихобучающихся используются:

1) специальные учебники (в электронной форме): созданные на основе учебников для обучающихся, не имеющих ограничений по возможностям здоровья, но отвечающие особым образовательным потребностям слабовидящих и имеющие учебно-методический аппарат, адаптированный под зрительные возможности слабовидящих*;*

2) индивидуальные дидактические материалы и наглядные пособия, выполненные с учетом типологических и индивидуальных зрительных возможностей слабовидящих обучающихся;

 3) печатная информация представляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается (т.е. чтение не заменяется пересказом), так же, как и записи на доске;

 4) обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;

 5) предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

Компенсация затруднений сенсомоторного и интеллектуального развития слабовидящих лиц с ОВЗ проводится за счет:

- исключения повышенного уровня шума на уроке и внеурочном мероприятии;

- акцентирования внимания на значимости, полезности учебной информации для профессиональной деятельности;

- многократного повторения ключевых положений учебной информации;

- подачи материала на принципах мультимедиа;

- максимального снижения зрительных нагрузок при работе на компьютере (подбор индивидуальных настроек экрана монитора, дозирование и чередование зрительных нагрузок с другими видами деятельности, использование программных средств для увеличения изображения на экране; работы с помощью клавиатуры, использование «горячих» клавиш и др.);

- регулярного применения упражнений на совершенствование темпа переключения внимания, его объема и устойчивости;

Информативность и комфортность восприятия учебного материала на уроке обеспечивается за счет его алгоритмизации по параметрам:

- психотерапевтическая настройка;

 - аудиальные стимулы к восприятию (объяснение, вопросы, просьбы повторить сказанное; четкие доступные указания, разъяснения, пояснения; контекстный аудиофон и др.);

- визуальные стимулы к восприятию (учебники, пособия, опорные конспекты, схемы, слайды РР-презентации, иные наглядные материалы);

- кинестетические стимулы к восприятию (конспектирование, дополнение, маркирование опорного конспекта, тесты с выбором варианта ответа, жестовый выбор, запись домашнего задания, вещественное моделирование, поисковые задания, выполняемые индивидуально с использованием ноутбуков и др.);

- активные методы обучения (проблемные вопросы, дискуссии, деловые и ролевые игры, практические работы; использование метапредметных связей, связи с практикой и др.);

- организованные паузы для обеспечения здоровье сбережения.

Для слабослышащихобучающихся используются:

1) индивидуальные дидактические материалы и наглядные пособия, выполненные с учетом особенностей психофизического развития обучающегося с нарушением слуха, состояния моторики, зрения, наличия других дополнительных нарушений.

При наличии запросов обучающихся с нарушением слуха для представления учебного материала создаются контекстные индивидуально ориентированные мультимедийные презентации.

Для адаптации к восприятию обучающимися с нарушенным слухом справочного, учебного, просветительского материала обеспечиваются следующие условия:

- звуковая справочная информация о расписании учебных занятий дублируется визуальной информацией на сайте колледжа, на доске объявлений;

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (например, слово «звонок» пишется на доске);

- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);

- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам;

- педагог не повышает резко голос, повторяет сказанное по просьбе обучающегося, использует жесты;

- перед тем как давать объяснение новых профессиональных терминов, педагог проводит словарную работу, разбирая смысловое значение каждого слова с обязательной личностно ориентированной обратной связью с обучающимися;

- ведется запись сложной для восприятия информации, включающей в себя номер, правило, инструкцию, формулу, сложный термин, адрес и т.п.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих обучающихся проводится за счет:

- фиксации педагогов на собственной артикуляции;

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;

- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

**4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Контроль и оценка** результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, устного опроса, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий с учетом особенностей психофизического развития обучающегося инвалида или лица с ОВЗ.

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений и знаний.

|  |  |
| --- | --- |
| Результаты обучении (освоенные умении, усвоенные знания) | Формы и методы контроля и оценки результатов обучения |
| *Умения:* | Устный и письменный опрос ТестированиеОценка правильности решенияситуационных задачПроверка выполнения практическихЗаданийВыполнение экзаменационных заданий |
| - выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;- документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта;- формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);- выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;- выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;- использовать инструменты для проведения технического аудита;- определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;- составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;- актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;- анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;- составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;- анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;- анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию;- определять маркетинговые стратегии;- составлять smm-стратегии;- составлять контент-планы;- создавать стратегии продвижения;- сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;- разрабатывать уникальные торговые предложения;- разрабатывать рекламные модули;- создавать стратегии продвижения;- сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;- обосновывать выбор целевой аудитории;- создавать тексты и рекламные слоганы;- создавать тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;- различать виды текстов;- рассчитывать бюджет на создание лендинга;- писать техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций;- определять СТА для лендингов;- работать с бесплатными сервисами создания лендингов;- создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, работать с сервисами рассылок;- составлять информационно-аналитические справки;- оформлять отчетные документы. |
| *Знания:* |  |
| - основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;- основы веб-технологии;- основы веб-дизайна;- основы компьютерной грамотности;- методы обработки текстовой информации;- правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;- основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита;- правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации;- основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;- способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта;- особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;- особенности функционирования современных поисковых машин;- правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;- внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок;- особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;- правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний;- стандарты делового общения в письменной и устной форме;- особенности функционирования современных поисковых машин;- правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;- правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы);- методы обработки текстовой и графической информации;- основы копирайтинга и веб-райтинга;- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна;- правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;- перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «интернет»;- особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа;- основы разработки и поддержки сайтов/лендингов;- основы гипертекстовой разметки;- стандарты верстки веб-сайтов;- принципиальные отличия лендингов от сайтов;- сервисы для автоматизации рассылок;- методы обработки текстовой информации и графической информации. | Устный и письменный опрос ТестированиеОценка правильности решенияситуационных задачПроверка выполнения практическихЗаданийВыполнение экзаменационных заданий |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Результаты****(освоенные общие и профессиональные компетенции)** | **Основные показатели оценки результата** | **Формы и методы контроля и оценки** |
| ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам. | Практический опыт и умения организовывать деятельность по выполнению профессиональных задач.Выбор и применение способов решения профессиональных задач в области управления. | Оценка эффективности и качества выполняемой самостоятельной работы. |
| ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности. | Эффективный поиск необходимой информации, работа на ПК, использование Интернет-ресурсов.Использование различных источников, включая электронные. | Оценка эффективности использования информации.Наблюдение за деятельностью обучающегося в ходе выполнения практических заданий. |
| ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде. | Эффективность работы в коллективе, команде, общения с преподавателем. | Контроль выполнения практических заданий, решение ситуационных задач. |
| ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста. | Осуществляет устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста. | Текущий контроль выполнения практических заданий. Наблюдение за деятельностью обучающегося в ходе решения ситуационных задач. |
| ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранномязыках. | Пользуется профессиональной документацией на государственном и иностранномязыках. | Текущий контроль выполнения практических заданий. Наблюдение за деятельностью обучающегося в ходе решения ситуационных задач. |
| ПК 3.7 Организовывать продажи инфокоммуникационныхсистем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в томчисле с использованием цифровых и информационныхтехнологий | Организует продажи инфокоммуникационныхсистем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в томчисле с использованием цифровых и информационныхтехнологий | - выполнение практических работ;- экзамен |