

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Национальный исследовательский  
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»

Институт экономики

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ННГУ  
протокол от  
"02" декабря 2024 г. №10

**Рабочая программа профессионального модуля**

**Организация и осуществление интернет-маркетинга**

**Специальность среднего профессионального образования**

38.02.08 Торговое дело

**Квалификация выпускника**

Специалист торгового дела

**Форма обучения**

очная

2025 год

Программа профессионального модуля составлена в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 38.02.08 «Торговое дело».

Автор:

К.э.н. доцент кафедры торгового дела

\_\_\_\_\_

Копасовская Н.Г.

Преподаватель отделения СПО

\_\_\_\_\_

Кулагина К.А.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании методической комиссии «12» ноября 2024 года протокол №5.

Председатель методической комиссии к.э.н., доцент Макарова С.Д.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>4</b>
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>9</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>19</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>21</b>

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

## 1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

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

### 1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
<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 03</b>	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
<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

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
<b>ВД 3</b>	Организация и осуществление интернет-маркетинга
<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 Интернет

<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 обучающийся должен:

Владеть навыками	<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>– выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;</li> <li>– документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта;</li> <li>– формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);</li> <li>– выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;</li> <li>– выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-</li> </ul>

	<p>сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать инструменты для проведения технического аудита;</li> <li>– определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;</li> <li>– составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;</li> <li>– актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";</li> <li>– анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;</li> <li>– составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;</li> <li>– анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;</li> <li>– анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию;</li> <li>– определять маркетинговые стратегии;</li> <li>– составлять smm-стратегии;</li> <li>– составлять контент-планы;</li> <li>– создавать стратегии продвижения;</li> <li>– сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;</li> <li>– разрабатывать уникальные торговые предложения;</li> <li>– разрабатывать рекламные модули;</li> <li>– создавать стратегии продвижения;</li> <li>– сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;</li> <li>– обосновывать выбор целевой аудитории;</li> <li>– создавать тексты и рекламные слоганы;</li> <li>– создавать тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;</li> <li>– различать виды текстов;</li> <li>– рассчитывать бюджет на создание лендинга;</li> <li>– писать техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций;</li> <li>– определять СТА для лендингов;</li> <li>– работать с бесплатными сервисами создания лендингов;</li> <li>– создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, работать с сервисами рассылок;</li> <li>– составлять информационно-аналитические справки;</li> <li>– оформлять отчетные документы.</li> </ul>
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>– основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;</li> <li>– основы веб-технологии;</li> <li>– основы веб-дизайна;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <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 сообщаемого 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 сообщаемого 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> </ul>
--	--

	– методы обработки текстовой информации и графической информации.
--	---

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

Всего часов 382 часа,

в том числе в форме практической подготовки 260 часов.

Из них на освоение МДК 256 часов,

в том числе самостоятельная работа – 36 часов,

практики, в том числе производственная 72 часа.

Промежуточная аттестация – экзамен по модулю.



## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической. подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Всего	Обучение по МДК				Практики	
					В том числе					
					Лабораторных. и практических. занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельна я работа	Промежуточная аттестация	Учебная	Производственная
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
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	216	130	216	142	-	2		26	46
ПК 3.3, ПК 3.4, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09	Раздел 2. Основы торговли на маркетплейсах	40	26	40	26	-	-		10	26
	Учебная практика	36	36						36	
	Производственная практика	72	68							72
	Промежуточная аттестация	18								
	Всего:	382	260	256	168	-	2		36	72

## 2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
<b>Раздел 1. Технология интернет-маркетинга</b>		<b>216/142</b>
<b>МДК 03.01 Технология интернет-маркетинга</b>		<b>216/142</b>
<b>Тема 1.1. Основы маркетинга</b>	<b>Содержание</b>	<b>14/2</b>
	1. Процесс управления маркетингом, основные этапы, проблемы реализации.	12
	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.	
	<b>В том числе практических занятий</b>	2
	<b>Практическое занятие 1.</b> Разработка схемы жизненного цикла товаров	2
<b>Тема 1.2. Определение характеристики интернет-маркетинга</b>	<b>Содержание</b>	<b>6/0/2</b>
	1. Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу.	4
	2. Основные клиенты интернет-маркетинга.	
	3. Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей	

	4. Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы	
	<b>Самостоятельная работа</b>	<b>2</b>
<b>Тема 1.3. Инновации в маркетинге</b>	<b>Содержание</b>	<b>12/8</b>
	1. Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности	4
	2. Новые решения для рекламы: Digital Signage, Indoor TV.	
	3. Информационные системы управления опытом потребителей	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>8</b>
	<b>Практическое занятие 2.</b> Разработка форм опроса для сайта произвольной компании с целью определения отношения клиентов к ее товарам (услугам) с использованием цифровых технологий и электронной почты клиента	4
	<b>Практическое занятие 3.</b> 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.	4
<b>Тема 1.4 Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге</b>	<b>Содержание</b>	<b>12/8</b>
	1. Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа.	4
	2. Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта.	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>8</b>
	<b>Практическое занятие 4.</b> Анализ внешней среды предприятия	2
	<b>Практическое занятие 5.</b> Анализ внутренней среды предприятия	2
	<b>Практическое занятие 6.</b> 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	4
<b>Тема 1.5. Анализ готовности веб-сайта к продвижению</b>	<b>Содержание</b>	<b>22/18</b>
	1. Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности	6
	2. Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и цитирования текстов,	
	3. Основы письменной деловой коммуникации использования инструментов для проведения технического аудита	
	4. Правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации.	

	<b>5. Основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. Способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта</b>	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>18</b>
	<b>Практическое занятие 7.</b> Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование	2
	<b>Практическое занятие 8.</b> Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити)	4
	<b>Практическое занятие 9.</b> Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов	4
	<b>Практическое занятие 10.</b> Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины	4
	<b>Практическое занятие 11.</b> Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита	4
<b>Тема 1.6.</b>	<b>Содержание</b>	<b>42/34</b>
<b>Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</b>	<b>1.</b> Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов.	8
	<b>2.</b> Организация правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний, стандартов делового общения в письменной и устной форме, особенностей функционирования современных поисковых машин.	
	<b>3.</b> Анализ правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта.	
	<b>4.</b> Правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы).	
	<b>5.</b> Методы обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и веб-райтинга.	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>34</b>
	<b>Практическое занятие 12.</b> 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
	<b>Практическое занятие 13.</b> Анализ практических ситуаций на актуализацию информации о поведении пользователей веб-сайтов и заданной тематики в	4

	информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», анализ собранной информации и принятие решения о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины.	
	<b>Практическое занятие 14.</b> Анализ практических ситуаций по составлению списка ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин	4
	<b>Практическое занятие 15.</b> Анализ релевантности составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта, анализ списка ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию	4
	<b>Практическое занятие 16.</b> Создание информационных материалов методического характера	4
	<b>Практическое занятие 17.</b> Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем	4
	<b>Практическое занятие 18.</b> Анализ конкурентов. Анализ результатов поиска не менее 5 аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, и составление аналитической справки, в которой проведен анализ проектов (конкурентов) не менее чем по 5 критериям.	4
	<b>Практическое занятие 19.</b> Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, проведение анализа проектов.	4
	<b>Практическое занятие 20.</b> Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа	4
<b>Тема 1.7.</b>	<b>Содержание</b>	<b>32/24</b>
<b>Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет»</b>	<b>1.</b> Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения. Концепция продвижения, цели и задачи продвижения.	8
	<b>2.</b> Целевая аудитория, модели поведения аудитории и методы влияния на нее	
	<b>3.</b> Понятие «социальная сеть», общие принципы работы виртуальных социальных сетей.	
	<b>4.</b> SMM-стратегия, методы измерения эффективности, методы создания контента.	
	<b>5.</b> Стратегия продаж через «блогосферу»	
	<b>6.</b> Понятие и значение контент-плана в интернет-маркетинге. Виды контент-планов.	
	<b>7.</b> Содержание контент-плана	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>24</b>

	<b>Практическое занятие 21.</b> Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях	4
	<b>Практическое занятие 22.</b> Составление рубрикатора с предоставлением не менее трех тем для каждой рубрики, определение форматов постов и описания требований к ним	4
	<b>Практическое занятие 23.</b> Разработка примеров для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление	4
	<b>Практическое занятие 24.</b> Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия	4
	<b>Практическое занятие 25.</b> Разработка и анализ контент-плана для производственного предприятия	4
	<b>Практическое занятие 26.</b> Разработка и анализ контент-плана для образовательного учреждения	4
<b>Тема 1.8</b> <b>Организация и проведение рекламных кампаний в социальных медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество</b>	<b>Содержание</b>	<b>22/14</b>
	<b>1.</b> Изучение перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет»	8
	<b>2.</b> Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа	
	<b>3.</b> Характеристика социальных медиа	
	<b>4.</b> Анализ рекламных модулей.	
	<b>5.</b> Анализ уникальных торговых предложений и рекламных рассылок	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>14</b>
	<b>Практическое занятие 27.</b> Разработка уникальных торговых предложений.	4
	<b>Практическое занятие 28.</b> Разработка рекламных модулей.	4
	<b>Практическое занятие 29.</b> Разработка стратегии продвижения товара.	4
	<b>Практическое занятие 30.</b> Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара	2
<b>Тема 1.9.</b> <b>Создание лендинга</b>	<b>Содержание</b>	<b>18/16</b>
	<b>1.</b> Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования, структура.	2
	<b>2.</b> Конструкторы для создания «landing page».	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>16</b>
	<b>Практическое занятие 31.</b> Разработка лендинга для коммерческого предприятия	4
	<b>Практическое занятие 32.</b> Разработка лендинга для производственного предприятия	4

	<b>Практическое занятие 33.</b> Разработка лендинга для образовательного учреждения	4
	<b>Практическое занятие 34.</b> Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет»	4
<b>Тема 1.10.</b> <b>Анализ эффективности в интернет-маркетинге</b>	<b>Содержание</b>	<b>26/18</b>
	1. Концепции эффективности в интернет-маркетинге.	8
	2. Методы измерения в интернете.	
	3. Методы идентификации посетителей.	
	4. Измерение эффективности интернет-маркетинга.	
	5. Анализ рекламной компании по стоимости клиентов и конверсии.	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>18</b>
	<b>Практическое занятие 35.</b> Анализ технологии меток.	4
	<b>Практическое занятие 36.</b> Анализ результатов маркетинговой активности.	6
	<b>Практическое занятие 37.</b> Анализ производных данных о пользователе.	
	<b>Практическое занятие 38.</b> Расчет стоимости рекламной кампании.	4
	<b>Практическое занятие 39.</b> Анализ принципов медиапланирования в интернете	4
<b>Раздел 2. Основы торговли на маркетплейсах</b>		<b>40/26</b>
<b>МДК. 03.02 Основы торговли на маркетплейсах</b>		
<b>Тема 2.1.</b> <b>Маркетплейсы как современный канал сбыта</b>	<b>Содержание</b>	<b>4/2</b>
	1. Понятие маркетплейса, преимущества и недостатки	2
	2. Классификация маркетплейсов	
	3. Универсальные маркетплейсы	
	4. Нишевые маркетплейсы	
	5. Законодательное регулирование маркетплейсов	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>2</b>
	<b>Практическое занятие № 1</b> Поиск и анализ информации о маркетплейсах	1
	<b>Практическое занятие № 2</b> Работа с базами знаний маркетплейсов	1
<b>Тема 2.2</b>	<b>Содержание</b>	<b>6/4</b>
	1. Виды продавцов на маркетплейсах	2

<b>Продавцы на маркетплейсе</b>	2. Регистрация на маркетплейсах	
	3. Договор с маркетплейсом	
	4. Основные требования к продавцам	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4</b>
	<b>Практическое занятие № 3</b> Изучение процедуры регистрации на маркетплейсе, подбор необходимой информации для регистрации	1
	<b>Практическое занятие № 4</b> Знакомство с договорами между продавцом и маркетплейсом, особенности заполнения	1
	<b>Практическое занятие № 5</b> Особенности работы с отдельными видами продавцов	2
<b>Тема 2.3 Товары на маркетплейсе</b>	<b>Содержание</b>	<b>6/4</b>
	1. Основные требования к продаваемым товарам	2
	2. Информация о товаре на маркетплейсе	
	3. Карточка товара	
	4. Контроль за качеством товара	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4</b>
	<b>Практическое занятие № 6</b> Подбор информации для карточки товара	2
	<b>Практическое занятие № 7</b> Знакомство с документами на товар (бренды)	1
	<b>Практическое занятие № 8</b> Знакомство с документами на товар (качество)	1
<b>Тема 2.4. Модели работы с маркетплейсом</b>	<b>Содержание</b>	<b>6/4</b>
	1. Классификация основных моделей работы с маркетплейсом	2
	2. Продажа со склада маркетплейса	
	3. Продажа со склада продавца	
	4. Особенности продажи отдельных видов товара	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4</b>
	<b>Практическое занятие № 9</b> Операции по отгрузке товара. Расчет объемных и весовых характеристик товара	2
	<b>Практическое занятие № 10</b> Выбор модели работы с маркетплейсом	2
<b>Тема 2.5</b>	<b>Содержание</b>	<b>6/4</b>
	1. Понятие и значение последней мили	2



Последняя миля в работе маркетплейсов	2. Способы доставки товаров покупателю: преимущества и недостатки	
	3. Пункты выдачи заказа: особенности работы	
	4. Открытие пункта выдачи заказа: основные требования	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие № 11 Знакомство с условиями и необходимыми документами для открытия ПВЗ	2
	Практическое занятие № 12 Выбор места и оборудования для открытия ПВЗ	2
Тема 2.6 Продвижение на маркетплейсах	Содержание	6/4
	1. Основные инструменты продвижения	2
	2. Акции продавцов на маркетплейсе	
	3. Акции маркетплейсов, глобальные акции	
	4. Аналитика маркетплейсов	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие № 13 Оценка целесообразности и эффективности участия в акциях маркетплейса	2
Практическое занятие № 14 Сравнение платформ для аналитики маркетплейсов	2	
Тема 2.7 Оплата услуг маркетплейса	Содержание	6/4
	1. Оплата продажи товаров	2
	2. Оплата доставки товара	
	3. Оплата услуг по продвижению	
	4. Возвраты и невыкупы товара	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие № 15 Расчет платежей при различных моделях работы с маркетплейсом	2
Практическое занятие № 16 Расчет платежей при возврате и невыкупе товара	2	
Учебная практика		36
Производственная практика Виды работ 1. Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта. 2. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта. 3. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.		72

<p>4. Анализ поисковой выдачи.</p> <p>5. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи.</p> <p>6. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p>7. Определение стратегии поискового продвижения.</p> <p>8. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении.</p> <p>9. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.</p> <p>10. Определение стратегии продвижения в социальных сетях.</p> <p>11. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p> <p>12. Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p> <p>13. Разработка лендинга.</p> <p>14. Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы.</p> <p>15. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании.</p> <p>16. Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.</p>	
<b>Экзамен по модулю</b>	<b>18</b>
<b>Всего</b>	<b>366</b>

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

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

Лаборатория «Предпринимательства и интернет – маркетинга», оснащенная в соответствии с п. 6.1.2.3 примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2.5 примерной образовательной программы по специальности.

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

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации имеет печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе.

##### **3.2.1. Основные печатные и электронные издания**

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

2. PR в сфере коммерции : учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. И.М. Синяевой. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2024. — 298 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0614-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2094304>

3. Шамина, И. С. Маркетплейсы: как заработать свой первый миллион. Инструкция для начинающих : научно-популярное издание / И. С. Шамина. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2023. - 272 с. - ISBN 978-5-9729-1451-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2094438>

4. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 386 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16504-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541073>

5. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 579 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17868-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541305>

##### **3.2.2. Дополнительные источники**

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

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

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

### 3.2.3. Интернет-ресурсы

1. База знаний маркетплейса- <http://www.seller-edu.ozon.ru/>
2. Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU - <http://www.elibrary.ru>,  
свободный доступ;
3. Портал для ретейлеров и поставщиков - <http://www.retail.ru>
4. Справочная система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru/>
5. X5 Retail Group - <http://www.x5.ru/ru>
6. [http:// www. rbc. ru](http://www.rbc.ru) – РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и  
обзорного характера);
7. [http:// www. rtpress. ru](http://www.rtpress.ru) - Российская торговля;
8. [http:// www. torgrus. ru](http://www.torgrus.ru) - Новости и технологии торгового бизнеса.
9. Журнал «Современная торговля» (в библиотеке ННГУ, пр. Ленина, д. 27)

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
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>	<p>Устный/письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p> <p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.</p>
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> </ul>	<p>Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <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>	Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.
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> <li>– проводит сегментацию целевой аудитории для разных задач и продуктов</li> </ul>	Экспертная оценка создания и представления презентаций.
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>	Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.
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>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.</p> <p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме,</p>
ПК 3.6	<ul style="list-style-type: none"> <li>– составляет информационно-аналитические справки;</li> <li>– оформляет отчетные документы.</li> </ul>	
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> <li>– распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <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>	<p>проявление толерантности в коллективе.</p> <p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– на практических занятиях</li> <li>– при выполнении работ на различных этапах учебной практики;</li> <li>– при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.</li> </ul>
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>	
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>	
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>	

ОК 08	<ul style="list-style-type: none"> <li>– применяет рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности;</li> <li>– пользуется средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной профессии (специальности)</li> </ul>	
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> <li>– понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы;</li> <li>– участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;</li> <li>– строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;</li> <li>– кратко обосновывает и объясняет свои действия;</li> <li>– пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.</li> </ul>	

Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины	Характеристики демонстрируемых знаний, которые могут быть проверены	Методы оценки
<b>Знать:</b> ОК-1 актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности	Эффективно осуществляет поиск необходимой для решения проблемы информации, составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; Определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска; Структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации;	Собеседование Тест
<b>ОК-2</b> номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.	Распознает, анализирует и выделяет составные части задачи и/или проблемы в профессиональном контексте; Определяет этапы решения задачи; Оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты;	



<b>ОК-3</b> содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты	Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; Реализовывает составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) Определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; Применяет современную научную профессиональную терминологию; Определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования.	
<b>ОК-4</b> психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности	Эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности.	
<b>ОК-5</b> особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений	Понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы; Участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;	
<b>ПК 3.3</b> Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов	Принципов и порядка ведения претензионной работы; ассортимента товаров; стандартов организации; стандартов менеджмента качества; гарантийной политики организации.	Собеседование Тест
<b>ПК 3.4.</b> Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж	Специализированных программных продуктов.	
<b>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины</b>		
<b>Уметь:</b> <b>ОК-1</b> распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы;	распознает, анализирует и выделяет составные части задачи и/или проблемы в профессиональном контексте; определяет этапы решения задачи; эффективно осуществляет поиск необходимой для решения проблемы информации, составляет план действия и определяет необходимые ресурсы;	Собеседование Тест

<p>владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p>	<p>демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывает составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p>	
<p><b>ОК-2</b> определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</p>	<p>определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска; структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации; оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты;</p>	
<p><b>ОК-3</b> определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования</p>	<p>определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применяет современную научную профессиональную терминологию; определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования.</p>	
<p><b>ОК-4</b> организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p>	<p>эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности.</p>	
<p><b>ОК-5</b> грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе</p>	<p>Грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике</p>	

<p><b>ПК 3.3.</b> Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов</p>	<p>Оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации; подготавливать документацию для формирования заказа; осуществлять мероприятия по размещению заказа; следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях; принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств; осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с регламентами организации; оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции; осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий; организовывать работу и оформлять документацию в соответствии со стандартами организации; соблюдать конфиденциальность информации; предоставлять клиенту достоверную информацию; корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту; соблюдать в работе принципы клиентоориентированности; обеспечивать баланс интересов клиента и организации; обеспечивать соблюдение требований охраны</p>	<p>Собеседование Тест Практические задания</p>
<p><b>ПК 3.4</b> Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж</p>	<p>Разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров; собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж; планировать работу по выполнению плана продаж; анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации; анализировать и оценивать промежуточные результаты</p>	

	выполнения плана продаж; анализировать возможности увеличения объемов продаж; планировать и контролировать поступление денежных средств; обеспечивать наличие демонстрационной продукции; применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж; планировать рабочее время для выполнения плана продаж; планировать объемы собственных продаж;	
--	---	--

### Описание шкал оценивания

Индикаторы компетенции	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
<b>Полнота знаний</b>	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибки.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.
<b>Наличие умений</b>	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественным недочетами, выполнены все задания в полном объеме.
<b>Характеристика сформированности компетенции</b>	Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач. Требуется повторное обучение	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по большинству практических задач.	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям, но есть недочеты. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по некоторым профессиональным задачам.	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач.
<b>Уровень сформированности компетенций</b>	Низкий	Ниже среднего	Средний	Высокий