

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»

Многопрофильный колледж

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

ДУП.03 Основы интернет-маркетинга

**для обучающихся специальности
38.02.08 Торговое дело**

Магнитогорск, 2025

1 ВВЕДЕНИЕ

Важную часть теоретической и профессиональной практической подготовки обучающихся составляют практические занятия.

Состав и содержание практических занятий направлены на реализацию Федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования с учетом получаемой специальности.

Ведущей дидактической целью практических занятий является формирование профессиональных практических умений (умений выполнять определенные действия, операции, необходимые в последующем в профессиональной деятельности) или учебных практических умений (умений решать задачи профессиональной направленности.), необходимых в последующей учебной деятельности.

В соответствии с рабочей программой учебной дисциплины «Основы интернет-маркетинга» предусмотрено проведение практических занятий.

Выполнение практических работ обеспечивает достижение обучающимися следующих результатов:

- ПР61. Знание структуры программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.08 Торговое дело
- ПР62. Сформированность представлений об основных целях и социальной значимости будущей профессии
- ПР63. Способность объективно оценивать должностные обязанности специалиста по торговому делу
- ПР64. Сформированность умений ориентироваться на рынке труда коммерческих и маркетинговых услуг
- ПР65. Сформированность представлений о вариантах трудоустройства по специальности 38.02.08 Торговое дело
- ПР66. Владение умением осуществлять поиск информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
- МР6. развивать креативное мышление при решении жизненных проблем;
- МР9 овладение видами деятельности по получению нового знания, его интерпретации, преобразованию и применению в различных учебных ситуациях, в том числе при создании учебных и социальных проектов.
- МР17 уметь переносить знания в познавательную и практическую области жизнедеятельности;
- МР19 выдвигать новые идеи, предлагать оригинальные подходы и решения.
- МР21 владеть навыками получения информации из источников разных типов, самостоятельно осуществлять поиск, анализ, систематизацию и интерпретацию информации различных видов и форм представления
- МР28 владеть различными способами общения и взаимодействия;
- МР29 аргументированно вести диалог, уметь смягчать конфликтные ситуации;
- МР30 развернуто и логично излагать свою точку зрения с использованием языковых средств;
- МР31 понимать и использовать преимущества командной и индивидуальной работы;
- МР32 выбирать тематику и методы совместных действий с учетом общих интересов и возможностей каждого члена коллектива
- МР47 использовать приемы рефлексии для оценки ситуации, выбора верного решения;
- МР51 сформированность внутренней мотивации, включающей стремление к достижению цели и успеху, оптимизм, инициативность, умение действовать, исходя из своих возможностей

- ЛР25 интерес к различным сферам профессиональной деятельности, умение совершать осознанный выбор будущей профессии
- ЛР34 осознание ценности научной деятельности, готовность осуществлять проектную и исследовательскую деятельность индивидуально и в группе.

Содержание практических занятий ориентировано на подготовку обучающихся к освоению профессионального модуля программы подготовки специалистов среднего звена по специальности и овладению **профессиональными компетенциями**:

ПК 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.

ПК 2.1. Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.

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

А также формированию **общих компетенций**:

– 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

Выполнение обучающихся практических работ по учебной дисциплине «Основы интернет-маркетинга» направлено на:

– обобщение, систематизацию, углубление, закрепление, развитие и детализацию полученных теоретических знаний по конкретным темам учебной дисциплины;

– формирование умений применять полученные знания на практике, реализацию единства интеллектуальной и практической деятельности;

– формирование и развитие умений: наблюдать, анализировать, делать выводы и обобщения,

– развитие интеллектуальных умений у будущих специалистов: аналитических и др.;

– выработку при решении поставленных задач профессионально значимых качеств, таких как самостоятельность, ответственность, точность, творческая инициатива.

Практические занятия проводятся в рамках соответствующей темы, после освоения дидактических единиц, которые обеспечивают наличие знаний, необходимых для ее выполнения.

2 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

Тема 1.1 Сущность и история развития интернет-маркетинга

Практическое занятие №1 **Развитие Интернет-маркетинга в России**

Цель: познакомиться с историей развития интернет-маркетинга в России

Выполнение работы способствует формированию:

ОК 01 ОК 02

Материальное обеспечение:

Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Мультимедийные средства

Задание:

Изучить информацию о развитии интернет-маркетинга в России, подготовить доклады по результатам изучения информации, выступить перед аудиторией по регламенту 5-6 минут

Порядок выполнения:

Доклад – это вид краткого, но информативного сообщения о сути рассматриваемого вопроса, различных мнениях об изучаемом предмете. В некоторых случаях допускается изложение собственной точки зрения автора в рамках тематической проблематики, например, в выступлениях на семинарах, конференциях, диспутах, защите ВКР. Написание доклада предполагает научно-исследовательскую работу, требующую от студента способности к самостоятельным изысканиям, умения преподносить информацию, доступно и квалифицированно отвечать на вопросы.

Публичный доклад может быть представлен в письменной и устной форме. Если есть возможность выбора, студенты нередко отдают предпочтение последнему варианту, экономя время и силы.

Написание доклада – увлекательный вид самостоятельной работы, предполагающий не только рутинное изучение многочисленных теоретических источников для полного раскрытия сути вопроса, но и творческий подход в изложении собственных мыслей. Соблюдая приведенные выше правила и рекомендации, написать интересное выступление, которое будет высоко оценено слушателями и преподавателями, совсем несложно.

До того как приступить к написанию доклада, необходимо составить план, продумать структуру и содержание будущей работы.

У качественного доклада четыре основных структурных элемента:

Вступление – приветственная часть.

Введение. На этом этапе докладчик должен заинтересовать слушателей, сформулировать актуальность, новизну исследований, подчеркнуть важность и цель проведенной работы.

Основная часть. В ней рассказывается об использованных методах исследований, проделанной работе, анализируются полученные результаты.

Заключение. Подводятся итоги работы. Докладчик завершает выступление.

Ход работы над докладом:

Перед тем как приступить к написанию доклада, следует основательно продумать, с чего начать и чем закончить сообщение. Справиться с задачей помогает составление подробного плана с заголовками и подзаголовками. Написание доклада включает пять основных этапов: Подбор темы. Хорошо, когда у студента есть возможность выбора, так как в этом случае работать будет интереснее. Поиск литературы по теме (в интернете, библиотеке) – не менее десяти источников. После подбора следует изучить представленную информацию, чтобы выбрать наиболее интересный и важный материал. Составление плана. Ориентироваться при этом необходимо на

слушателя. Подведение итогов, формулировка выводов. Подготовка к ответам на возможные вопросы.

Порядок и содержание элементов:

Оглавление составляется согласно плану. Каждый пункт начинается с новой строки с указанием номера страницы.

Во введении кратко излагается основная идея работы, ее актуальность, новизна, цели.

Основная часть должна полностью раскрывать тему, содержать доводы, аргументы.

Заключительная часть включает выводы, которые делает докладчик по итогам проделанной работы.

Список использованной литературы, оформленный по ГОСТ.

Оформление доклада

После того как определена структура доклада, составлен план, можно приступать к его оформлению. Обычно используют текстовый редактор Ворд, шрифт Times New Roman, 12-14 кегль, полуторный межстрочный интервал, выравнивание по ширине листа. Разметка страницы – левое поле 30 мм, остальные по 20 мм. Обязательна нумерация страниц: зачастую – в верхнем правом углу.

Форма представления результата:

Распечатанный доклад, выступление обучающегося с докладом.

Критерии оценки:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, обучающийся показывает системные и полные знания и умения по данному вопросу;
- работа оформлена в соответствии с рекомендациями преподавателя;
- объем работы соответствует заданному;
- работа выполнена точно в срок, указанный преподавателем;
- вся информация обоснована, представлена логично, высокое качество презентации, доклад всех участников проекта выполнен на должном уровне.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике;
- обучающийся допускает небольшие неточности или некоторые ошибки в данном вопросе;
- в оформлении работы допущены неточности;
- объем работы соответствует заданному или незначительно меньше;
- информация обоснована, но встречаются неточности, представлена логично, среднее качество презентации, доклад всех участников проекта выполнен на должном уровне.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, но в работе отсутствуют значительные элементы по содержанию работы или материал по теме изложен нелогично, нечетко представлено основное содержание вопроса;
- работа оформлена с ошибками в оформлении;
- объем работы значительно меньше заданного;
- информация обоснована, но встречаются неточности и (или) информация не обоснована по некоторым заданиям, представлена логично, низкое качество презентации, доклад всех участников проекта выполнен на низком уровне (чтение с листа).

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- не раскрыта основная тема работы;
- оформление работы не соответствует требованиям преподавателя;
- объем работы не соответствует заданному.

Тема 1.2 Термины, определения, понятия и базовые правила в интернет - маркетинге

Практическое занятие №2

Разработка словаря интернет-маркетолога

Цель: познакомиться с основными понятиями интернет-маркетинга, научиться ориентироваться в терминологии интернет-маркетолога

Выполнение работы способствует формированию:
ОК 01 ОК 02

Материальное обеспечение:

Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Мультимедийные средства

Задание:

Разработать словарь интернет-маркетолога

Порядок выполнения работы:

1. Изучить основные термины, которые применяются в профессиональной деятельности интернет-маркетолога.
2. Найдите в различных открытых источниках содержания каждого термина.
3. Создайте интерактивный словарь интернет-маркетолога (в виде презентации, настольной игры или видео-ролика).
4. Представить словарь преподавателю.

Форма представления результата:

Словарь интернет-маркетолога

Критерии оценки:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, обучающийся показывает системные и полные знания и умения по данному вопросу;
- работа оформлена в соответствии с рекомендациями преподавателя;
- объем работы соответствует заданному;
- работа выполнена точно в срок, указанный преподавателем.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике;
- обучающийся допускает небольшие неточности или некоторые ошибки в данном вопросе;
- в оформлении работы допущены неточности;
- объем работы соответствует заданному или незначительно меньше.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, но в работе отсутствуют значительные элементы по содержанию работы или материал по теме изложен нелогично, нечетко представлено основное содержание вопроса;

- работа оформлена с ошибками в оформлении;
- объем работы значительно меньше заданного.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- не раскрыта основная тема работы;
- оформление работы не соответствует требованиям преподавателя;

- объем работы не соответствует заданному.

Тема 1.3 Маркетинговые исследования в интернет-среде

Практическое занятие №3 Анализ целевой аудитории

Цели задания

- определять целевую аудиторию,
- проводить сегментацию целевой аудитории,
- находить и сегментировать конкурентов
- проводить базовый анализ сайтов конкурентов

Выполнение работы способствует формированию:

ОК 01 ОК 02 ПК 3.2, ПК 2.1, ПК 1.1.

Материальное обеспечение:

Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Мультимедийные средства, пакет Майкрософт офис: Word, Excel

Исходные данные

- 1) Описание проекта: [MIRRA](#) — российская косметическая компания полного цикла. В собственной научной лаборатории разрабатывает уникальные продукты — сочетает косметические, космецевтические и оздоровительные компоненты.
- 2) Регион, в котором компания работает и продвигает свои товары/услуги: Магнитогорск, Челябинская область
- 3) Сектор рынка: B2C, B2B
- 4) Продукт/ услуга: широкий ассортимент косметической продукции, парфюмерия и аксессуары для профессионального ухода

Задание

1. Определите целевую аудиторию проекта
 - Внимательно изучите описание проекта, его сайт и подумайте, кто может являться целевой аудиторией проекта.
 - Распределите целевую аудиторию проекта по видам: основная и косвенная ЦА, b2c- и b2b- сектор
2. Проведите сегментацию основной целевой аудитории
 - Возьмите получившуюся у вас основную ЦА и выделите в ней 1-2 сегмента
 - Распишите сегменты по следующим критериям: географические, демографические, психографические, социальные
 - Кратко сформулируйте описание получившегося сегмента.

Пример из лекции

Продукт: билеты на автобусы компании «Дорога». Краткое описание сегмента: молодые люди и студенты (социальный критерий) 18-27 лет (демографический критерий), проживают в Нижнем Новгороде (географический критерий), путешествуют в другую область на учебу, редко выезжают с целью туризма (психографический критерий)

Форма представления результата:

Заполненная таблица

Критерии оценки:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, обучающийся показывает системные и полные знания и умения по данному вопросу;
- работа оформлена в соответствии с рекомендациями преподавателя;
- объем работы соответствует заданному;
- работа выполнена точно в срок, указанный преподавателем.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике;
- обучающийся допускает небольшие неточности или некоторые ошибки в данном вопросе;
- в оформлении работы допущены неточности;
- объем работы соответствует заданному или незначительно меньше.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, но в работе отсутствуют значительные элементы по содержанию работы или материал по теме изложен нелогично, нечетко представлено основное содержание вопроса;
- работа оформлена с ошибками в оформлении;
- объем работы значительно меньше заданного.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- не раскрыта основная тема работы;
- оформление работы не соответствует требованиям преподавателя;
- объем работы не соответствует заданному.

Тема 1.3 Маркетинговые исследования в интернет-среде

Практическое занятие №4 Анализ сайтов конкурентов

Цели задания

- определять целевую аудиторию,
- проводить сегментацию целевой аудитории,
- находить и сегментировать конкурентов
- проводить базовый анализ сайтов конкурентов

Выполнение работы способствует формированию:

ОК 01 ОК 02 ПК 3.2, ПК 2.1, ПК 1.1.

Материальное обеспечение:

Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Мультимедийные средства, пакет Майкрософт офис: Word, Excel

Исходные данные

1) Описание проекта: [MIRRA](#) — российская косметическая компания полного цикла. В собственной научной лаборатории разрабатывает уникальные продукты — сочетает косметические, космецевтические и оздоровительные компоненты.

2) Регион, в котором компания работает и продвигает свои товары/услуги: Магнитогорск, Челябинская область

- 3) Сектор рынка: B2C, B2B
- 4) Продукт/ услуга: широкий ассортимент косметической продукции, парфюмерия и аксессуары для профессионального ухода

Задание

1. Определите конкурентов проекта

- Подумайте, кто может являться конкурентом вашего проекта и определите 2-3 прямых конкурентов и одного косвенного конкурента
- Для поиска конкурентов воспользуйтесь поисковой системой (Яндекс, Гугл). Ваша задача, найти магазины косметики с собственным производством.

2. Проанализируйте сайты конкурентов Сравните сайты 2-3 прямых конкурентов. Для анализа сайтов конкурентов воспользуйтесь [шаблоном Как работать с файлом](#).

- Скачайте шаблон на своё устройство
- Откройте скачанный файл на личном Google Диске
- Внесите данные, требуемые в задании
- Вставьте ссылку на файл с выполненным заданием в поле “Ссылка на решение” и нажмите кнопку «Отправить решение»

Подробно о скачивании файла и загрузке его на личный диск в аккаунте Google можно узнать из [инструкции «Как работать с файлом»](#).

На основе результатов анализа сделайте выводы:

- Какие у конкурентов преимущества и недостатки?
- Какие рекомендации можно дать учебному проекту?

Форма представления результата:

Заполненная таблица

Критерии оценки:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, обучающийся показывает системные и полные знания и умения по данному вопросу;
- работа оформлена в соответствии с рекомендациями преподавателя;
- объем работы соответствует заданному;
- работа выполнена точно в срок, указанный преподавателем.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике;
- обучающийся допускает небольшие неточности или некоторые ошибки в данном вопросе;
- в оформлении работы допущены неточности;
- объем работы соответствует заданному или незначительно меньше.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, но в работе отсутствуют значительные элементы по содержанию работы или материал по теме изложен нелогично, нечетко представлено основное содержание вопроса;

- работа оформлена с ошибками в оформлении;
- объем работы значительно меньше заданного.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- не раскрыта основная тема работы;
- оформление работы не соответствует требованиям преподавателя;
- объем работы не соответствует заданному.

[illegible]

[illegible]

Тема 1.3 Маркетинговые исследования в интернет-среде

Практическое занятие №5

Описание внешней и внутренней среды на примере известного торгового бренда

Цель: научиться анализировать состояние внешней и внутренней среды на примере известного торгового бренда

Выполнение работы способствует формированию:

ОК 01 ОК 02 ПК 3.2, ПК 2.1, ПК 1.1.

Материальное обеспечение:

Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Мультимедийные средства, пакет Майкрософт офис: Word, Excel, PowerPoint

Порядок выполнения работы:

Анализ среды организации — это процесс определения критически важных элементов внешней и внутренней сред, которые могут оказать влияние на способности фирмы в достижении своих целей. Анализ среды выполняет ряд важных функций в деятельности фирмы:

- с точки зрения стратегического планирования, улучшает учет наиболее важных факторов, влияющих на экономическую организацию и ее будущее;
- с точки зрения политики фирмы, помогает ей создать о себе наиболее благоприятное впечатление;
- с точки зрения текущей деятельности, обеспечивает информацией, необходимой для наилучшего выполнения рабочих функций.

Элементы внешней и внутренней среды организации. Процесс анализа организационной среды начинается с определения основных элементов внутреннего и внешнего пространства фирмы. После того, как эти элементы определены, фирма должна выделить те из них, которые являются для нее наиболее важными: их называют критическими точками. Затем фирма собирает необходимую информацию о критических точках.

Внешняя среда предприятия – это все условия и факторы, которые возникают независимо от деятельности предприятия и оказывают существенное воздействие на него.

Внешние факторы обычно делятся на две группы: факторы прямого воздействия (ближайшее окружение) и факторы косвенного воздействия (макроокружение).

К факторам прямого воздействия относят факторы, которые оказывают непосредственное влияние на деятельность предприятия: поставщики ресурсов, потребители, конкуренты, трудовые ресурсы, государство, профсоюзы, акционеры (если предприятие является акционерным обществом).

Факторы косвенного воздействия не оказывают прямого действия на деятельность предприятия, но учет их необходим для выработки правильной стратегии.

Анализ внешней среды предприятия затрудняется тем, что основными характеристиками внешней среды являются ее неопределенность, сложность, подвижность, а также взаимосвязанность ее факторов. Окружение современных предприятий изменяется с нарастающей скоростью, что предъявляет все более возрастающие требования к анализу внешней среды и выработке такой стратегии, которая в максимальной степени учитывала бы все возможности и угрозы внешней среды.

Внутренняя среда предприятия определяет технические и организационные условия работы предприятия и является результатом управленческих решений. Целью анализа внутренней среды предприятия служит выявление слабых и сильных сторон его деятельности, так как, чтобы воспользоваться внешними возможностями, предприятие должно иметь определенный внутренний потенциал. Одновременно надо знать и слабые места, которые могут усугубить

внешнюю угрозу и опасность. Внутренняя среда организаций включает следующие основные элементы: производство, финансы, маркетинг, управление персоналом, организационную структуру.



Для анализа внешней и внутренней среды используют следующие методы и инструменты (PEST-анализ, SWOT-анализ, ETOM-анализ, SNW-анализ).

Задание:

Выбрать известный российский бренд, например «Первый вкус», и провести анализ внешней и внутренней среды компании любым удобным для вас способом.

Форма представления результата:

Анализ внешней и внутренней среды компании в соответствии с заданием

Критерии оценки:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, обучающийся показывает системные и полные знания и умения по данному вопросу;
- работа оформлена в соответствии с рекомендациями преподавателя;
- объем работы соответствует заданному;
- работа выполнена точно в срок, указанный преподавателем;
- вся информация обоснована, представлена логично, высокое качество презентации, доклад всех участников проекта выполнен на должном уровне.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике;
- обучающийся допускает небольшие неточности или некоторые ошибки в данном вопросе;
- в оформлении работы допущены неточности;
- объем работы соответствует заданному или незначительно меньше;
- информация обоснована, но встречаются неточности, представлена логично, среднее качество презентации, доклад всех участников проекта выполнен на должном уровне.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, но в работе отсутствуют значительные элементы по содержанию работы или материал по теме изложен нелогично, нечетко представлено основное содержание вопроса;

- работа оформлена с ошибками в оформлении;
- объем работы значительно меньше заданного;
- информация обоснована, но встречаются неточности и (или) информация не обоснована по некоторым заданиям, представлена логично, низкое качество презентации, доклад всех участников проекта выполнен на низком уровне (чтение с листа).

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- не раскрыта основная тема работы;
- оформление работы не соответствует требованиям преподавателя;
- объем работы не соответствует заданному.

Тема 2.1 Организация маркетинговых коммуникаций в интернете

Практическое занятие №6 Таргетированная реклама

Цели задания

- выбирать площадку для таргетированной рекламы
- определять задачи таргетированной рекламы
- продумывать таргетинги под сегмент целевой аудитории

Выполнение работы способствует формированию:

ОК 01 ОК 02 ПК 3.2, ПК 2.1, ПК 1.1.

Материальное обеспечение:

Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Мультимедийные средства, пакет Майкрософт офис: Word, Excel

Исходные данные:

Сегмент ЦА: Молодые женщины в возрасте от 25 до 40 лет. Дисциплинированно и системно следят за собой. Следят за своим здоровьем и красотой, стремятся как можно дольше сохранить молодость, красивую, гладкую и подтянутую кожу. К выбору косметики подходят тщательно.

Портрет представителя сегмента

Анастасия, маркетолог, 32 года. Замужем. Есть дети. Работает в онлайн-школе для учеников 1-11 класса. Живет в южном городе Краснодар. Много внимания уделяет уходу за своей внешностью. Занимается йогой, придерживается правильного питания. Активный пользователь Интернет, есть во Вконтакте, в Одноклассниках. Уже появляются первые возрастные изменения.

Задача: подобрать схему ухода - средства увлажняющие - для умывания, увлажняющую маску/крем с составом, который включает хорошие, растительные компоненты.

Проблема: косметика с масс-маркета чаще всего только усугубляет существующие проблемы с кожей. Сомневается в качестве состава такой косметики.

Задание:

1. Определите площадку, в которой будете размещать таргетированную рекламу
2. Опишите задачи, которые вы будете решать с помощью таргетированной рекламы (можно рекламировать и весь сайт, и конкретный продукт)
3. На основе описания сегмента целевой аудитории и задач рекламной кампании продумайте и опишите таргетинги:
 - географический
 - временной
 - демографический
 - тематический
 - поведенческий

Форма представления результата:

Выполненное задание

Критерии оценки:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, обучающийся показывает системные и полные знания и умения по данному вопросу;
- работа оформлена в соответствии с рекомендациями преподавателя;
- объем работы соответствует заданному;
- работа выполнена точно в срок, указанный преподавателем.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике;
- обучающийся допускает небольшие неточности или некоторые ошибки в данном вопросе;
- в оформлении работы допущены неточности;
- объем работы соответствует заданному или незначительно меньше.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, но в работе отсутствуют значительные элементы по содержанию работы или материал по теме изложен нелогично, нечетко представлено основное содержание вопроса;
- работа оформлена с ошибками в оформлении;
- объем работы значительно меньше заданного.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- не раскрыта основная тема работы;
- оформление работы не соответствует требованиям преподавателя;
- объем работы не соответствует заданному.

Тема 2.1 Организация маркетинговых коммуникаций в интернете

**Практическое занятие №7
Контекстная реклама**

Цель задания:

Получить навык сбора семантики для поисковых рекламных кампаний

Выполнение работы способствует формированию:

ОК 01 ОК 02 ПК 3.2, ПК 2.1, ПК 1.1.

Материальное обеспечение:

Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Мультимедийные средства, пакет Майкрософт офис: Word, Excel

Исходные данные:

Сегмент ЦА

Молодые женщины в возрасте от 25 до 40 лет. Дисциплинированно и системно следят за собой. Следят за своим здоровьем и красотой, стремятся как можно дольше сохранить молодость, красивую, гладкую и подтянутую кожу. К выбору косметики подходят тщательно, обращают внимание на состав и наличие в нем натуральных компонентов.

Потребность: Подобрать схему ухода - средства увлажняющие - для умывания, увлажняющую маску/крем с составом, который включает хорошие, растительные компоненты.

Задание:

1. Выберите любой товар магазина, который может удовлетворить потребность ЦА.
2. Подберите стартовую фразу, по которой потенциальный клиент будет искать необходимый товар.

Пример стартовой фразы: мужская косметика

3. Пробеите стартовую фразу в Яндекс.Вордстат

- 1) Перейдите на сайт [Яндекс.Вордстат](https://wordstat.yandex.ru/)
- 2) В верхней строке введите выбранную фразу, нажмите “Подобрать”
- 3) В открывшемся списке выберите первые 10 ключевых фраз
- 4) В качестве решения прикрепите скриншот с первыми 10 фразами

Форма представления результата:

Выполненное задание

Критерии оценки:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, обучающийся показывает системные и полные знания и умения по данному вопросу;
- работа оформлена в соответствии с рекомендациями преподавателя;
- объем работы соответствует заданному;
- работа выполнена точно в срок, указанный преподавателем.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике;
- обучающийся допускает небольшие неточности или некоторые ошибки в данном вопросе;
- в оформлении работы допущены неточности;
- объем работы соответствует заданному или незначительно меньше.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, но в работе отсутствуют значительные элементы по содержанию работы или материал по теме изложен нелогично, нечетко представлено основное содержание вопроса;
- работа оформлена с ошибками в оформлении;
- объем работы значительно меньше заданного.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- не раскрыта основная тема работы;
- оформление работы не соответствует требованиям преподавателя;
- объем работы не соответствует заданному.

Тема 2.1 Организация маркетинговых коммуникаций в интернете

Практическое занятие №8 Search engine optimization (SEO)

Цели задания:

- проводить базовый анализ трафика
- оценивать сниппет сайта
- анализировать мобильную версию сайта

Выполнение работы способствует формированию:

ОК 01 ОК 02 ПК 3.2, ПК 2.1, ПК 1.1.

Материальное обеспечение:

Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Мультимедийные средства, пакет Майкрософт офис: Word, Excel

Исходные данные:

- Описание проекта: [MIRRA](http://mirra.ru) — российская косметическая компания полного цикла. В собственной научной лаборатории мы разрабатываем уникальные продукты: сочетаем косметические, космецевтические и оздоровительные компоненты.
- Регион, в котором компания работает и продвигает свои товары/услуги: Москва, вся территория РФ
- Сектор рынка: B2C, B2B
- Продукт/ услуга: широкий ассортимент косметической продукции, парфюмерия и аксессуары для профессионального ухода

Задание

1. Проанализируйте трафик сайта
 - перейдите на сайт SpyMetric и введите в строку поиска адрес нашего сайта
 - посмотрите на показатели «Визиты и Вовлечение» и «Источники трафика»
 - заполните [таблицу с показателями](#)

Сайт: mirra.ru	
Критерий	Показатель
Визиты и вовлечение	
Количество визитов за месяц	
Время на сайте	
Сраниц за визит	
Показатель отказов	
Источники трафика	
Источник 1	
Источник 2	
Источник 3	

Источник 4

Источник 5

Источник 6

Для этого:

- Скачайте шаблон на своё устройство
- Откройте скачанный файл на личном Google Диске
- Внесите данные, требуемые в задании
- Вставьте ссылку на файл с выполненным заданием в поле “Ссылка на решение” и

нажмите кнопку «Отправить решение»

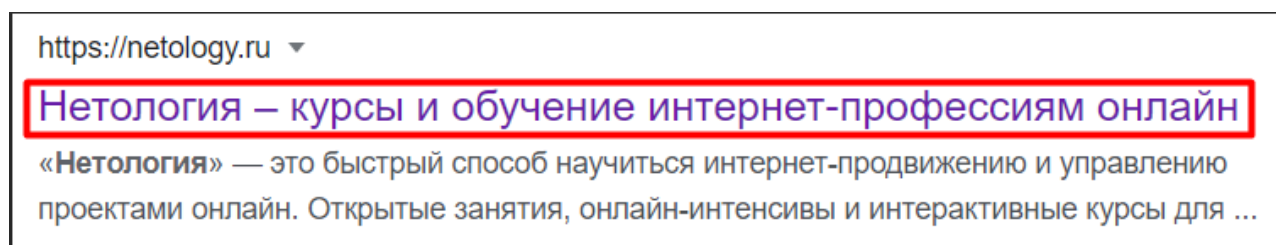
2. Посмотрите, как отображается сниппет* сайта

Сниппет — это анонс страницы сайта, который выводится в поисковой выдаче.

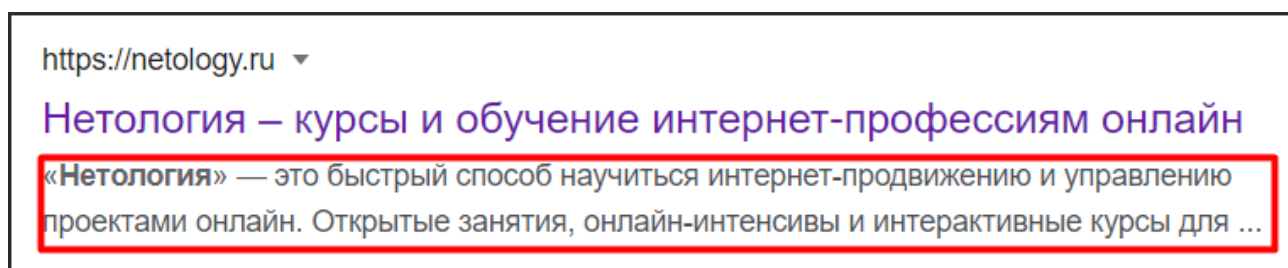
- Введите в строку поиска название компании Mirra.Ru
- Сделайте скриншот сниппета и загрузите его в документ с домашним заданием
- Проанализируйте сниппет сайта в поисковых системах Яндекс и Google по

следующим критериям:

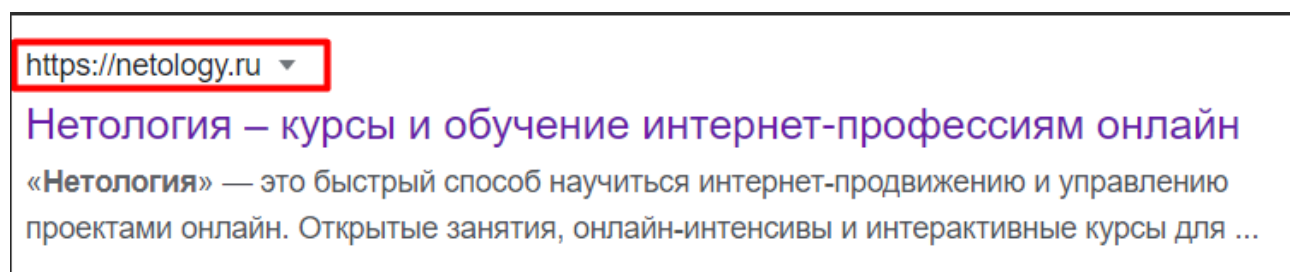
1. Наличие заголовка у сниппета, пример



2. Наличие описания, пример



3. Отображается ли URL, пример



4. Отображается ли в сниппете рейтинг компании, пример

Нетология – официальный сайт. Выбрать онлайн-курс!
netology.ru > Нетология-Сайт ★ 4,6 ...

Реклама · Большой выбор программ обучения. Помощь в трудоустройстве. Перейти на сайт! · Диплом об окончании. Эксперты-преподаватели. Практические занятия

Контактная информация · 8 (800) 301-XX-XX Показать · будни 10:00-19:00

Курсы маркетинга Научитесь выстраивать маркетинговую стратегию вашего бизнеса	Магистратура Высшее образование совместно с ведущими университетами
Дизайн и UX Получите практические знания о том, как создаются веб-сайты	Курсы программирования Научитесь back-end и front-end программированию от экспертов

5. Есть ли у сниппета быстрые ссылки, можно ли по ним перейти, соответствует ли описание быстрых ссылок их названиям, пример

<https://netology.ru> ▼

Нетология – курсы и обучение интернет-профессиям онлайн

«Нетология» — это быстрый способ научиться интернет-продвижению и управлению проектами онлайн. Открытые занятия, онлайн-интенсивы и интерактивные курсы для ...

Бесплатные курсы, лекции и ...
Бесплатные курсы и полезные материалы в Нетологии ...

Программирование
Программы обучения по программированию для ...

О компании
«Нетология» — это университет по подготовке специалистов в ...

Библиотека миникурсов
Каждый из создаваемых нами курсов — это комплекс ...

Форма представления результата:

Выполненное задание

Критерии оценки:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, обучающийся показывает системные и полные знания и умения по данному вопросу;
- работа оформлена в соответствии с рекомендациями преподавателя;
- объем работы соответствует заданному;
- работа выполнена точно в срок, указанный преподавателем.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике;
- обучающийся допускает небольшие неточности или некоторые ошибки в данном вопросе;
- в оформлении работы допущены неточности;
- объем работы соответствует заданному или незначительно меньше.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

– содержание работы соответствует заданной тематике, но в работе отсутствуют значительные элементы по содержанию работы или материал по теме изложен нелогично, нечетко представлено основное содержание вопроса;

- работа оформлена с ошибками в оформлении;
- объем работы значительно меньше заданного.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- не раскрыта основная тема работы;
- оформление работы не соответствует требованиям преподавателя;
- объем работы не соответствует заданному.

Тема 2.1 Организация маркетинговых коммуникаций в интернете

Практическое занятие №9 Контент-маркетинг

Цели задания

- определять ключевой сегмент ЦА для контент-стратегии
- находить проблемы клиентов, которые можно решить с помощью контента
- анализировать контент конкурентов
- выбирать каналы для продвижения контента

Выполнение работы способствует формированию:

ОК 01 ОК 02 ПК 3.2, ПК 2.1, ПК 1.1.

Материальное обеспечение:

Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Мультимедийные средства, пакет Майкрософт офис: Word, Excel

Исходные данные:

- Описание проекта: [MIRRA](#) — российская косметическая компания полного цикла. В собственной научной лаборатории мы разрабатываем уникальные продукты: сочетаем косметические, космецевтические и оздоровительные компоненты.
- Регион, в котором компания работает и продвигает свои товары/услуги: Москва, вся территория РФ
- Сектор рынка: B2C, B2B
- Продукт/ услуга: широкий ассортимент косметической продукции, парфюмерия и аксессуары для профессионального ухода

Задание

1. Определите ключевой сегмент вашей ЦА, для которой будет построена контент-стратегия
2. Укажите проблемы, сложности и боли, о решении которых вы будете рассказывать в статьях, помогая клиенту. Описывайте проблемы, которые возможно решить с помощью вашего бизнеса, а не все проблемы, которые могут быть у вашей ЦА
3. Посмотрите самые популярные публикации конкурентов в соцсетях по числу лайков и репостов с помощью сервиса [Popsters](#). Приведите несколько примеров в виде скриншотов.

Краткая инструкция по сервису Popsters:

- зарегистрируйтесь
- введите в строке адрес страницы конкурента
- выберите период
- нажмите на «загрузить» Сервис ранжирует посты по популярности, можно выбрать лайки, репосты и комментарии.

4. Учитывая результаты анализа контента конкурентов, а также выбранный сегменте аудитории, напишите какие каналы будете использовать для публикации контента

Форма представления результата:

Выполненное задание

Критерии оценки:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, обучающийся показывает системные и полные знания и умения по данному вопросу;
- работа оформлена в соответствии с рекомендациями преподавателя;
- объем работы соответствует заданному;
- работа выполнена точно в срок, указанный преподавателем.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике;
- обучающийся допускает небольшие неточности или некоторые ошибки в данном вопросе;
- в оформлении работы допущены неточности;
- объем работы соответствует заданному или незначительно меньше.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, но в работе отсутствуют значительные элементы по содержанию работы или материал по теме изложен нелогично, нечетко представлено основное содержание вопроса;

- работа оформлена с ошибками в оформлении;
- объем работы значительно меньше заданного.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- не раскрыта основная тема работы;
- оформление работы не соответствует требованиям преподавателя;
- объем работы не соответствует заданному.

Тема 2.2 Социальные сети

Практическое занятие №10 Анализ социальных сетей в России

Цели задания

- выбирать социальную сеть для продвижения
- определять задачи продвижения в соцсетях
- подбирать типы контента под задачи продвижения

Выполнение работы способствует формированию:

ОК 01 ОК 02 ПК 3.2, ПК 2.1, ПК 1.1.

Материальное обеспечение:

Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Мультимедийные средства, пакет Майкрософт офис: Word, Excel

Исходные данные:

Почти 8 из 10 россиян пользуются социальными сетями, при этом растут аудитория отечественных соцсетей и онлайн-платформ и их привлекательность для рекламодателей. Для того, чтобы определить популярность социальных сетей, необходимо обратиться к статистическим данным.

Статья на тему «Аудитория восьми крупнейших соцсетей в России в 2023 году: исследования и цифры». - Режим доступа: <https://ppc.world/articles/auditoriya-vosmi-krupneyshih-socsetey-v-rossii-issledovaniya-i-cifry/>

Задание:

1) Ознакомиться с исходными данными, которые содержат исследование целевой аудитории и ее активности в восьми наиболее популярных сетях в России:

- ВКонтакте
- TikTok
- Telegram
- Одноклассники
- Instagram*
- Facebook*
- Дзен
- YouTube

2) Составить сравнительную таблицу, содержащую следующие критерии исследования (критерий=столбец):

- название социальной сети
- целевая аудитория
- социально-демографические показатели
- поведение аудитории
- мобильный трафик
- реклама и маркетинг

3) Сделайте общий вывод по результатам исследования (своими словами).

Форма представления результата:

заполненная таблица, наличие вывода.

Критерии оценки:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, обучающийся показывает системные и полные знания и умения по данному вопросу;
- работа оформлена в соответствии с рекомендациями преподавателя;
- объем работы соответствует заданному;
- работа выполнена точно в срок, указанный преподавателем.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике;
- обучающийся допускает небольшие неточности или некоторые ошибки в данном вопросе;
- в оформлении работы допущены неточности;
- объем работы соответствует заданному или незначительно меньше.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

– содержание работы соответствует заданной тематике, но в работе отсутствуют значительные элементы по содержанию работы или материал по теме изложен нелогично, нечетко представлено основное содержание вопроса;

- работа оформлена с ошибками в оформлении;
- объем работы значительно меньше заданного.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- не раскрыта основная тема работы;
- оформление работы не соответствует требованиям преподавателя;
- объем работы не соответствует заданному.

Тема 2.2 Социальные сети

Практическое занятие №11 Анализ своей социальной сети (по выбору)

Цели задания

- выбирать социальную сеть для продвижения
- определять задачи продвижения в соцсетях
- подбирать типы контента под задачи продвижения

Выполнение работы способствует формированию:

ОК 01 ОК 02 ПК 3.2, ПК 2.1, ПК 1.1.

Материальное обеспечение:

Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Мультимедийные средства, пакет Майкрософт офис: Word, Excel

Исходные данные:

Личные страницы студента в сети Интернет.

Задание:

Проведите исследование своей медиа-активности в сети интернет и привлекательности ваших страничек в различных социальных сетях.

Примерный план исследования:

- 1) Укажите название (названия) социальных сетей, которыми вы пользуетесь.
- 2) Укажите ссылки на ваши странички (страничку).
- 3) Оцените оформление (дизайн) своей странички.
- 4) Какой контент вы выкладываете на своей страничке?
- 5) Назовите цели создания страничке в каждой социальной сети.
- 6) Как часто вы заходите на свою страничку и с какой целью?
- 7) Назовите плюсы и минусы каждой социальной сети именно для вас.
- 8) Подумайте, как можно сделать вашу страничку более привлекательной.

По результатам исследования можно составить эссе, сочинение или таблицу и представить преподавателю в установленные сроки.

Форма представления результата:

Выполненное задание.

Критерии оценки:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, обучающийся показывает системные и полные знания и умения по данному вопросу;
- работа оформлена в соответствии с рекомендациями преподавателя;
- объем работы соответствует заданному;
- работа выполнена точно в срок, указанный преподавателем.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике;
- обучающийся допускает небольшие неточности или некоторые ошибки в данном вопросе;
- в оформлении работы допущены неточности;
- объем работы соответствует заданному или незначительно меньше.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, но в работе отсутствуют значительные элементы по содержанию работы или материал по теме изложен нелогично, нечетко представлено основное содержание вопроса;

- работа оформлена с ошибками в оформлении;
- объем работы значительно меньше заданного.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- не раскрыта основная тема работы;
- оформление работы не соответствует требованиям преподавателя;
- объем работы не соответствует заданному.

Тема 2.2 Социальные сети**Практическое занятие №12****Социальные сети как канал привлечения трафика****Цели задания**

- выбирать социальную сеть для продвижения
- определять задачи продвижения в соцсетях
- подбирать типы контента под задачи продвижения

Выполнение работы способствует формированию:

ОК 01 ОК 02 ПК 3.2, ПК 2.1, ПК 1.1.

Материальное обеспечение:

Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Мультимедийные средства, пакет Майкрософт офис: Word, Excel

Исходные данные:

Важно! Перед выполнением домашнего задания внимательно ознакомьтесь с описанием сегмента целевой аудитории

Сегмент ЦА

Молодые женщины в возрасте от 25 до 40 лет. Дисциплинированно и системно следят за собой. Следят за своим здоровьем и красотой, стремятся как можно дольше сохранить молодость, красивую, гладкую и подтянутую кожу. К выбору косметики подходят тщательно.

Портрет представителя сегмента

Анастасия, маркетолог, 32 года. Замужем. Есть дети. Работает в онлайн-школе для учеников 1-11 класса. Живет в южном городе Краснодар. Много внимания уделяет уходу за своей внешностью. Занимается йогой, придерживается правильного питания. Активный пользователь Интернет, есть во Вконтакте, в Одноклассниках. Уже появляются первые возрастные изменения.

Задача: подобрать схему ухода - средства увлажняющие - для умывания, увлажняющую маску/крем с составом, который включает хорошие, растительные компоненты.

Проблема: косметика с масс-маркета чаще всего только усугубляет существующие проблемы с кожей. Сомневается в качестве состава такой косметики.

Задание:

1. Определите социальную сеть, в которой вы будете продвигать продукцию для данного сегмента. Аргументируйте выбор площадок, опираясь на [статистические данные](#) и присутствие вашей ЦА в этих соцсетях
2. На основе материалов лекции определите задачи продвижения для 1 выбранной соцсети.
3. Укажите 2-3 типа контента, которые вы использовали бы для решения данных задач. Опишите идеи выбранных типов контента.

Форма представления результата:

Выполненное задание

Критерии оценки:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, обучающийся показывает системные и полные знания и умения по данному вопросу;
- работа оформлена в соответствии с рекомендациями преподавателя;
- объем работы соответствует заданному;
- работа выполнена точно в срок, указанный преподавателем.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике;
- обучающийся допускает небольшие неточности или некоторые ошибки в данном вопросе;
- в оформлении работы допущены неточности;
- объем работы соответствует заданному или незначительно меньше.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, но в работе отсутствуют значительные элементы по содержанию работы или материал по теме изложен нелогично, нечетко представлено основное содержание вопроса;
- работа оформлена с ошибками в оформлении;
- объем работы значительно меньше заданного.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- не раскрыта основная тема работы;
- оформление работы не соответствует требованиям преподавателя;
- объем работы не соответствует заданному.

Тема 2.2 Социальные сети

Практическое занятие №13 Email-маркетинг

Цели задания

- определять задачи для email-маркетинга
- подбирать виды рассылок
- создавать форму подписки

Выполнение работы способствует формированию:

ОК 01 ОК 02 ПК 3.2, ПК 2.1, ПК 1.1.

Материальное обеспечение:

Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Мультимедийные средства, пакет Майкрософт офис: Word, Excel

Исходные данные:

Сегмент ЦА: молодые женщины в возрасте от 25 до 40 лет. Дисциплинированно и системно следят за собой. Следят за своим здоровьем и красотой, стремятся как можно дольше сохранить молодость, красивую, гладкую и подтянутую кожу. К выбору косметики подходят тщательно, обращают внимание на состав и наличие в нем натуральных компонентов.

Портрет представителя сегмента

Анастасия, маркетолог, 32 года. Замужем. Есть дети. Работает в онлайн-школе для учеников 1-11 класса. Живет в южном городе Краснодар. Много внимания уделяет уходу за своей внешностью. Занимается йогой, придерживается правильного питания. Активный пользователь Интернет, есть во Вконтакте, в Одноклассниках. Уже появляются первые возрастные изменения.

Анастасия только зарегистрировалась на вашем сайте. Она еще не приобретала товары и не изучала информацию о компании.

Потребность: Подобрать схему ухода - средства увлажняющие - для умывания, увлажняющую маску/крем с составом, который включает хорошие, растительные компоненты.

Задание:

1. Определите задачи, которые вы будете решать с помощью email-маркетинга, работая с представителем ЦА
2. Продумайте и опишите 3 вида рассылок, которые будут использоваться для данного сегмента ЦА
3. Зарегистрируйтесь на сайте [Unisender](https://unisender.ru) и создайте форму подписки:
 - 1) Перейдите в раздел Инструменты в левом меню => выберите раздел Формы подписки => Создать новую форму
 - 2) Введите любое название формы
 - 3) Перейдите в раздел блоки
 - 4) Заполните форму любыми блоками, перетащив их в поле формы
 - 5) Заполните все добавленные блоки.
 - 6) Сделайте скриншот полученной формы и приложите его в качестве решения данного задания

Форма представления результата:

Выполненное задание

Критерии оценки:

Оценка «5» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, обучающийся показывает системные и полные знания и умения по данному вопросу;
- работа оформлена в соответствии с рекомендациями преподавателя;
- объем работы соответствует заданному;
- работа выполнена точно в срок, указанный преподавателем.

Оценка «4» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике;
- обучающийся допускает небольшие неточности или некоторые ошибки в данном вопросе;
- в оформлении работы допущены неточности;
- объем работы соответствует заданному или незначительно меньше.

Оценка «3» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, но в работе отсутствуют значительные элементы по содержанию работы или материал по теме изложен нелогично, нечетко представлено основное содержание вопроса;

- работа оформлена с ошибками в оформлении;
- объем работы значительно меньше заданного.

Оценка «2» выставляется обучающемуся, если:

- не раскрыта основная тема работы;
- оформление работы не соответствует требованиям преподавателя;
- объем работы не соответствует заданному.

Тема 3.1 Интернет-профессии**Практическое занятие № 14-15****Разработка проекта на тему «Интернет-профессии в лицах»**

Цель: изучить разнообразные интернет-профессии и разработать групповой проект на тему: «Интернет-профессии в лицах»

Выполнение работы способствует формированию:

ОК 01 ОК 02 ПК 3.2, ПК 2.1, ПК 1.1.

Материальное обеспечение:

Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Мультимедийные средства, пакет Майкрософт офис: Word, Excel, PowerPoint

Порядок работы над проектом:

1. Создать команду для совместной работы над проектом (2-3 человека).
2. Выбрать актуальную интернет-профессию.
3. Составить план работы над проектом, распределить задачи каждого участника команды.
4. Найти и проанализировать информацию о выбранной профессии в открытых источниках.
5. Выбрать интересный дизайн для презентации.
6. Создать и анимировать презентацию в программе Microsoft PowerPoint.
7. Создать презентацию для защиты проекта.
8. Подготовить доклад и защитить проект перед аудиторией.

Наименование этапа проекта	Задачи	Ресурсы
1. Подготовительный этап	Изучение теории проекта, выбор проектного продукта, оформление паспорта проекта, поиск и анализ теоретического материала.	Работа с интернет источниками; Работа в Microsoft Excel.
2. Реализация проекта	Анализ и отбор интересной информации по теме проекта, создание продукта (презентации), настройка анимации и показа слайдов.	Работа с интернет источниками; Работа в Microsoft Word, Работа в Microsoft PowerPoint.
3. Представление проекта	Доработка проекта, создание презентации для защиты проекта, создание и подготовка доклада для защиты, защита проекта.	Работа в Microsoft PowerPoint

Форма представления результата:

План проекта, доклад и предварительная презентация проекта.

Критерии оценки:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, обучающийся показывает системные и полные знания и умения по данному вопросу;
- работа оформлена в соответствии с рекомендациями преподавателя;
- объем работы соответствует заданному;
- работа выполнена точно в срок, указанный преподавателем;
- вся информация обоснована, представлена логично, высокое качество презентации, доклад всех участников проекта выполнен на должном уровне.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике;
- обучающийся допускает небольшие неточности или некоторые ошибки в данном вопросе;
- в оформлении работы допущены неточности;
- объем работы соответствует заданному или незначительно меньше;
- информация обоснована, но встречаются неточности, представлена логично, среднее качество презентации, доклад всех участников проекта выполнен на должном уровне.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, но в работе отсутствуют значительные элементы по содержанию работы или материал по теме изложен нелогично, нечетко представлено основное содержание вопроса;
- работа оформлена с ошибками в оформлении;
- объем работы значительно меньше заданного;
- информация обоснована, но встречаются неточности и (или) информация не обоснована по некоторым заданиям, представлена логично, низкое качество презентации, доклад всех участников проекта выполнен на низком уровне (чтение с листа).

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- не раскрыта основная тема работы;
- оформление работы не соответствует требованиям преподавателя;
- объем работы не соответствует заданному.

Тема 3.1 Интернет-профессии

Практическое занятие №16

Презентация проекта на тему «Интернет-профессии в лицах»

Цель: презентовать проект на тему «Интернет-профессии в лицах» аудитории

Выполнение работы способствует формированию:

ОК 01 ОК 02 ПК 3.2, ПК 2.1, ПК 1.1.

Материальное обеспечение:

Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Мультимедийные средства, пакет Майкрософт офис: Word, Excel, PowerPoint

Задание:

Презентуйте проект «Профессия в лицах», распределив роли между презентующими проект обучающимися.

Количество слайдов соответствует элементам задания.

Ход работы:

- 1) Команда готовится к презентации.
- 2) Выступление команды (согласно распределенным заданиям) 10 минут
- 3) Вопросы от коллектива слушателей.
- 4) Выставление оценок (обсуждение преимущества и недостатков каждого проекта).

Задание по разработке презентации:

Работая микрогруппой составить проект-презентацию по определенному плану на тему «Интернет-профессии в лицах».

Информация, которую необходимо отразить в презентации по определенному плану представлена ниже.

1. Титульный лист работы.
2. Цель и задачи проекта.
3. Личный взгляд на профессию и (или) отношение к профессии (например, семейная преемственность, положительный опыт в профессии своих близких и знакомых и т.д.).
4. Определение должности (профессии) или квалификации (согласно профессиональным стандартам).
5. Символика профессии (возможно, использовать логотипы крупных компаний и /или ассоциаций союзов по профессии (должности), профессиональный герб, отличительный знак (знаки) и т.д.).
6. Краткие исторические факты зарождения и развития профессии.
7. Эволюция оборудования (устройств, механизмов, приборов и т.д.), используемого в профессии.
8. Личные качества работника.
9. Общепрофессиональные умения и навыки.
10. Должностные обязанности (трудовые функции).
11. Плюсы и минусы профессии.
12. Пути получения образования по профессии (переподготовки по узкой специальности).
13. Информационные технологии в профессиональной деятельности.

Перечень профессий, квалификаций, должностей, возможных для выполнения творческого проекта представит преподаватель (возможно на выбор студента).

Порядок создания презентации:

Программа MS PowerPoint является специализированным средством автоматизации для создания и оформления презентаций, призванных наглядно представить работы исполнителя группе других людей. Программа обеспечивает разработку электронных документов особого рода, отличающихся комплексным мультимедийным содержанием и особыми возможностями воспроизведения.

Любой документ MS PowerPoint представляет собой набор отдельных, но взаимосвязанных кадров, называемых слайдами. Каждый слайд в документе имеет собственный уникальный номер, присваиваемый по умолчанию в зависимости от места слайда. Последовательность слайдов в документе линейная. Слайды могут содержать объекты самого разного типа, например: фон, текст, таблицы, графические изображения и т.д. При этом на каждом слайде присутствует как минимум один объект - фон, который является обязательным элементом любого слайда.

Презентация — документ или комплект документов, предназначенный для представления чего-либо. Цель презентации — донести до аудитории полноценную информацию об объекте презентации в удобной форме. Презентация является одним из маркетинговых и PR инструментов.

Этапы создания презентаций

Создание презентации состоит из трех разделов:

- планирование;
- разработка;
- репетиция презентации.

Планирование презентации - это многошаговая процедура, включающая определение целей, изучение аудитории, формирование структуры и логики подачи материала.

Разработка презентации - методологические особенности подготовки слайдов презентации, включая вертикальную и горизонтальную логику, содержание и соотношение текстовой и графической информации. Заполнение слайдов информацией, причем уже в момент заполнения Вы понимаете, что вот здесь Вы должны будете показать материал единым куском, а вот здесь – части материала должны будут появляться одна за другой, по мере надобности.

Репетиция презентации – это проверка и отладка созданного изделия. На этом этапе Вы добавляете анимацию, которая была ранее запланирована, или усиливаете с помощью анимации свои утверждения, регулируете поток подачи информации. Вы проверяете – насколько удачно Вы смонтировали материал, насколько уместны Ваши переходы от слайда к слайду. В конце концов, Вы как бы смотрите на себя со стороны и спрашиваете себя – а насколько я и моя презентация эффективны, насколько мы достигаем намеченной цели?

Для того чтобы быть уверенным, что Ваша презентация пройдет так, как Вы хотите, подготовьтесь к ней, используя восемь шагов.

- Определите цели.
- Опишите себе Ваших слушателей.
- Выделите основные идеи презентации.
- Найдите дополнительную информацию.
- Продумайте вступление.
- Создайте структуру основной части презентации.
- Проверьте логику подачи материала.
- Подготовьте заключение.

Алгоритм создания презентации в PowerPoint.

Создание презентации:

- 1) Откройте приложение PowerPoint.
- 2) В левой области выберите Создать.
- 3) Выберите один из вариантов:
- 4) Чтобы создать презентацию с нуля, выберите Пустая презентация.
- 5) Чтобы использовать подготовленный макет, выберите один из шаблонов.

Добавление слайда:

В эскизах на левой панели выберите слайд, на который вы хотите подписаться.
На вкладке Главная в разделе Слайды выберите Создать слайд.
В разделе Слайды выберите Макет, а затем выберите нужный макет в меню.

Форма представления результата:

Презентация проекта (презентацию по предложенному алгоритму).

Критерии оценки:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, обучающийся показывает системные и полные знания и умения по данному вопросу;
- работа оформлена в соответствии с рекомендациями преподавателя;
- объем работы соответствует заданному;
- работа выполнена точно в срок, указанный преподавателем.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике;
- обучающийся допускает небольшие неточности или некоторые ошибки в данном вопросе;
- в оформлении работы допущены неточности;
- объем работы соответствует заданному или незначительно меньше.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, но в работе отсутствуют значительные элементы по содержанию работы или материал по теме изложен нелогично, нечетко представлено основное содержание вопроса;
- работа оформлена с ошибками в оформлении;
- объем работы значительно меньше заданного.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- не раскрыта основная тема работы;
- оформление работы не соответствует требованиям преподавателя;
- объем работы не соответствует заданному.

