

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.4.
к ОПОП-П по специальности 38.02.08 Торговое дело

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
«ПМ.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА»



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 00A9E2DAF91A2F57E988B751E574CFCC
Владелец: Бучаев Ахмед Гамидович
Действителен: с 23.09.2025 до 17.12.2026

2026

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля	3
1.1. <i>Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы</i>	<i>3</i>
1.2. <i>Планируемые результаты освоения профессионального модуля</i>	<i>3</i>
2. Структура и содержание профессионального модуля	6
2.1. <i>Трудоемкость освоения модуля</i>	<i>6</i>
2.2. <i>Структура профессионального модуля</i>	<i>7</i>
2.3. <i>Содержание профессионального модуля</i>	<i>8</i>
3. Условия реализации профессионального модуля	13
3.1. <i>Материально-техническое обеспечение</i>	<i>13</i>
3.2. <i>Учебно-методическое обеспечение</i>	<i>13</i>
4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля	14

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«ПМ.03. Организация и осуществление интернет-маркетинга»

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение вида деятельности «Организация и осуществление интернет-маркетинга».

Профессиональный модуль включен в вариативную часть образовательной программы по направленности «Сервис, оказание услуг населению»

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленными в матрице компетенций выпускника (п. 4.3 ОПОП-П).

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ОК.02	применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение в профессиональной деятельности; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	современные средства и устройства информатизации, порядок их применения; программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе цифровые средства	-
ПК 1.1	проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров; создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей; составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию; обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов;	требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;	поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции; обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей), в том числе по каналам электронного документооборота;
ПК 1.3	работать в единой информационной системе;	особенности составления закупочной документации, в том числе с использованием	составления и оформления закупочной документации,

	проверять необходимую документацию для заключения контрактов и осуществлять процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями), в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.	электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.	осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий;
ПК 2.1	применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров; идентифицировать ассортиментную принадлежность продовольственных и непродовольственных товаров; оценивать маркировку потребительских товаров на соответствие с требованиями технических регламентов и национальных стандартов.	методы и способов кодирования потребительских товаров, в том числе с применением цифровых технологий; обязательные требования к маркировке потребительских товаров.	применения методик идентификации ассортиментной принадлежности потребительских товаров; решения задач классификации и кодирования потребительских товаров, в том числе с помощью цифровых технологий.
ПК 2.5	анализировать ассортимент товаров и выявлять приоритетные направления его совершенствования, в том числе с применением современных цифровых технологий; применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров.	методы и способов кодирования потребительских товаров, в том числе с применением цифровых технологий; обязательные требования к маркировке потребительских товаров; сквозные цифровые технологии, применяемых в сфере обеспечения качества и безопасности товаров.	анализа ассортимента товаров и ассортиментной политики торгового предприятия, в том числе с применением современных цифровых технологий.
ПК.3.1	выявлять технические ошибки в работе веб-сайта; документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта; формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);	основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов; основы веб-технологии; основы веб-дизайна; основы компьютерной грамотности; методы обработки текстовой информации; правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов; основы письменной деловой коммуникации использовать	проведения технического анализа аудируемого веб-сайта; проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта; проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.

	выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов; выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины; использовать инструменты для проведения технического аудита.	инструменты для проведения технического аудита; правил составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации; основ оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; способов корректировки внутренних ошибок веб-сайта; особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; особенности функционирования современных поисковых машин; правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта.	
ПК 3.2	актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет"; анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;	стандарты делового общения в письменной и устной форме; методы обработки текстовой и графической информации;	анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи; определения стратегии поискового продвижения; анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";
ПК 3.3	определять маркетинговые стратегии; составлять smm-стратегии; составлять контент-планы; создавать стратегии продвижения; сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов.	основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна; правил реферирования, аннотирования и редактирования текстов.	определения стратегии продвижения в социальных сетях.
ПК 3.4	разрабатывать уникальные торговые предложения; создавать стратегии продвижения; создавать тексты и рекламные слоганы	перечень рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети Интернет; особенности функционирования	размещать текстовые и медийные рекламные объявления в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет»

		современных рекламных систем в составе социальных медиа.	
ПК 3.5	разрабатывать уникальные торговые предложения; разрабатывать рекламные модули; создавать стратегии продвижения; сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; обосновывать выбор целевой аудитории; создавать тексты и рекламные слоганы.	перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети Интернет; особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа.	размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет»; размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет».
ПК 3.6	создания текстов для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций; различать виды текстов; рассчитать бюджет на создание лендинга; писать технические задания на создание лендинга для сторонних организаций; определять СТА для лендингов; работать с бесплатными сервисами создания лендингов; создавать уникального торгового предложения для определенных задач; работать с сервисами рассылок.	основ разработки и поддержки сайтов/лендингов; основ гипертекстовой разметки; стандартов верстки веб-сайтов; принципиальных отличий лендингов от сайтов; сервисов для автоматизации рассылок.	разработки лендинга.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Трудоемкость освоения модуля

Наименование составных частей модуля	Объем в часах	В т.ч. в форме практической подготовки
Учебные занятия	117	28
Курсовая работа (проект)	-	-
Самостоятельная работа	-	-
Практика, в т.ч.:	72	72
учебная	36	36
производственная	36	36
Промежуточная аттестация, в том числе: <i>МДК.03.01 в форме других форм контроля</i> <i>МДК 03.02 в форме других форм контроля</i>	9	-

УП.03.02 форме зачета с оценкой ПП.03.02 форме зачета с оценкой Экзамен по модулю	6	
Всего	195	100

2.2. Структура профессионального модуля

Код ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Обучение по МДК, в т.ч.:	Учебные занятия	Курсовая работа (проект)	Самостоятельная работа	Учебная практика	Производственная практика
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	МДК.03.01. Цифровые технологии в торговле и в маркетинге	36	10	36	36	-	-		
	МДК 03.02. Выполнение работ по должности Специалист по маркетингу и рекламе	72	18	72	72				
	Учебная практика	36	36					36	
	Производственная практика	36	36						36
	Промежуточная аттестация	15							
	Всего:	195	100	108	108	-	-	36	36

2.3. Содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практических и лабораторных занятия,	Объем, ак. ч. / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч.	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
МДК.03.01. Цифровые технологии в торговле и в маркетинге			
Раздел 1. Цифровые технологии в торговле		18	
Тема 1.1. Тенденции в сфере цифровизации в торговле	Содержание	2	ОК 02; ПК.1.1; ПК1.3
	Понятие «цифровизация». Влияние цифровизации на развитие торговли. Тенденции и актуальные решения на рынке. Платформы электронной коммерции, интернет-магазины электронной торговли.		
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	1. Практическая работа. Создание презентации на тему «Современные тренды в развитии Российского рынка».		
	2. Практическая работа. Обзор самых популярных маркетплейсов.		
Тема 1.2. Рабочие решения для автоматизации обслуживания в торговом зале	Содержание	2	ОК02; ПК. 2.1;
	Рабочие решения для автоматизации обслуживания в торговом зале: терминалы, кассы самообслуживания, киоски самообслуживания, информационные киоски, электронные кассиры.		
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	1. Практическая работа. Обзор технологии обслуживания рабочих решений для автоматизации в торговом зале.		
Тема 1.3. Рабочие решения для автоматизации закупочных процессов	Содержание	2	ОК02; ПК.1.1.; ПК.2.5
	Работа с поставщиками: взаимодействие и организация работы по закупкам. Выбор стратегии работы с поставщиком. Программное обеспечение для системы управления взаимоотношениями с поставщиками.		
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	1. Практическая работа. Схема автоматизируемых процессов.		
	2. Практическая работа. Обзор основных модулей системы.		
	Содержание	2	

Тема 1.4. Рабочие решения для автоматизации управления продажами	Цифровизация бизнес-процессов. Знание специфики основных CRM-платформ. Внедрение CRM-системы. Создание автоматической воронки продаж.		ОК02; ПК.1.3; ПК.2.4
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	1. Практическая работа. Изучение структуры CRM – системы.		
	2. Практическая работа. Создание автоматической воронки продаж.		
	3. Практическая работа. Работа с клиентской базой		
	4. Практическая работа. Взаимодействие с первичными клиентами		
	5. Практическая работа. Взаимодействие с постоянными клиентами.		
Раздел 2. Цифровые технологии в маркетинге		18	
Тема 2.1. Цифровые технологии в маркетинге и бизнесе	Содержание	2	ОК02; ПК.1.1; ПК 2.2
	Что такое цифровые технологии? Цель, задачи и функции цифровых технологий. Направление цифровых технологий и их применение.		
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	1. Практическая работа. Контент-анализ аккаунта компании (на выбор)		
Тема 2.2. Программное обеспечение для автоматизации маркетинга	Содержание	2	ОК02; ПК.1.1; ПК.2.1.;ПК 3.1
	Инструменты автоматизации маркетинга. Сегментирование. Прогнозирование. Лид-скоринг. Типы программного обеспечения для автоматизации маркетинга. ПО для автоматизации маркетинга.		
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	1. Практическая работа. Разработка проекта автоматизации компании		
Тема 2.3. Автоматизация маркетинговых процессов	Содержание	4	ОК02; ПК.1.1; ПК 3.2; ПК.3.4
	Автоматизация процессов цифрового маркетинга (роботизация, искусственный интеллект, технологии AR и VR). Обзор инструментов. Навыки успешного маркетолога. Внедрение и доработка CRM систем. Сквозная аналитика — введение в концепцию. Основы веб аналитики.		
	В том числе практических и лабораторных занятий	6	
	1. Практическая работа. А/В Сплит-тестирование в SEO и прогнозная и расширенная аналитика		
	2. Практическая работа. Прогрессивные веб-приложения (PWA), чат-боты, мессенджеры, push-уведомления браузера		
	3. Практическая работа. Бизнес-аналитика через призму CRM		

МДК 02.02. Выполнение работ по должности Специалист по рекламе и маркетингу		72	ПК 3.1
Тема 2.1. Аналитика веб-сайта	Назначение веб-аналитики 10 Виды веб-аналитики Сервисы веб-аналитики Преимущества и недостатки веб-аналитики Показатели аналитики	12	
	В том числе практических работ:	6	
	Практическая работа № 1. Провести анализ основных источников трафика с использованием одного из сервисов веб аналитики (Google Analytics, Яндекс.Метрика и пр.)	2	
	Практическая работа № 2. Установка и настройка Yandex.Metrica	2	
	Практическая работа № 3. Использование отчетов Yandex.Metrica для анализа пути пользователей..	2	
Тема 2.2. Технологии интеллектуального анализа пользователей сети Интернет	Понятие и сущность информационных технологий при анализе пользователей сети Интернет Веб-парсинг Интеллектуальная информационная система анализа пользователей соцсети Профилирование цифрового клиента	12	ПК 3.2.
	В том числе практических занятий	6	
	Практическое занятие 4. Анализ популярности контента с помощью Google Analytics	4	
	Практическое занятие 5. : Мониторинг и анализ поведения пользователей на веб-сайте с помощью Google Analytics	2	
	Практическое занятие 6. Пирамида клиентов. Работа с клиентской базой в в сети Интернет.	2	
Тема 2.3. Стратегия SEO-продвижения	Содержание	12	ПК 3.3.
	Что такое SEO-стратегия Аудит сайта для создания стратегии продвижения сайта Анализ SEO-стратегии конкурентов Постановка целей для продвижения сайта Сбор семантического ядра в стратегии продвижения сайта Выбор стратегии SEO-продвижения сайта: примеры Маркетинг: продвижение в интернете		
	В том числе практических занятий	6	

	Практическое занятие 7. А/В-тестирование и оптимизация веб-сайта	2	
	Практическое занятие 8. Визуализация данных	2	
	Практическое занятие 9. Анализ и интерпретация данных веб-аналитики для SEO-продвижения	2	
Тема 2.4. Сервисы по продвижению компании в сети Интернет	Содержание	12	ПК 3.4.
	Инструменты для поиска идей для контента		
	Инструменты для хранения файлов и закладок		
	Инструменты для работы с текстом		
	Инструменты для работы с визуальным контентом		
	Сервисы для email-рассылки		
	Инструменты для сбора базы подписчиков		
	Инструменты для кросспостинга и создания отложенных публикаций		
	Инструменты для продвижения «ВКонтакте»		
	В том числе практических занятий	6	
	Практическое занятие 10. Продвижение в социальной сети «ВКонтакте»	2	
	Практическое занятие 11. Работа с сервисами email-рассылки	2	
	Практическое занятие 12. Методы создания контента в социальных сетях	2	
Тема 2.5. Медиа планирование рекламных мероприятий	Содержание	12	ПК 3.5.
	История развития медиапланирования		
	Медиаисследования: понятие, история и направления		
	Основные понятия и медиапараметры		
	Стратегическое планирование рекламной кампании		
	Медиа-карта, медиаплан, бюджет, смета		
	В том числе практических занятий	6	
	Практическое занятие 13. Разработка медиа-плана	2	
	Практическое занятие 14. Комплексная рекламная кампания по принципу медиа-микс	2	
	Практическое занятие 15. Медиаобсчет. Медиаплан	2	
Тема 2.6. Оценка эффективности маркетинговых и рекламных мероприятий	Содержание	12	ПК 3.6.
	Понятие и виды эффективности		
	Основные показатели эффективности рекламы		
	Этапы оценки эффективности		
	Ключевые показатели эффективности каналов интернет-маркетинга		
	В том числе практических занятий	6	

	Практическое занятие 16. Решение задач на оценку эффективности рекламных мероприятий	2	
	Практическое занятие 17. Решение задач на оценку эффективности маркетинговой деятельности	2	
	Практическое занятие 18. Оценка эффективности мероприятий интернет-маркетинга	2	
Учебная практика Виды работ: Ознакомление и программно-прикладными продуктами автоматизации торговых процессов Нормативно-справочная информация предприятия торговли в конфигурации «1С: Управление торговлей» Документооборот при оформлении торговых сделок в режиме «Продажи» Маркетинговое управление предприятием торговли в режиме «Маркетинг»		36	ОК 02; ПК.1.1.; ПК.1.3.; ПК.2.1.; ПК.2.5.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 3.4.; ПК 3.5.; ПК 3.6.
Производственная практика Виды работ: Разработка стратегического плана автоматизации компании Составление отчета Структура отчета "Оперативный план автоматизации компании". 1. Структура проекта автоматизации компании. 2. Ресурсное планирование проекта автоматизации 3. Стоимостной анализ проекта		36	ОК 02; ПК.1.1.; ПК.1.3.; ПК.2.1.; ПК.2.5.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 3.4.; ПК 3.5.; ПК 3.6.
Промежуточная аттестация		15	
Всего		195	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

1. Лаборатория «Предпринимательства и интернет – маркетинга», оснащена в соответствии с приложением 3 ОПОП-П. (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, пр-т Али-Гаджи Акушинского, 20 «а», учебный корпус №3).

Перечень основного оборудования:

Комплект учебной мебели.

Доска меловая.

Набор демонстрационного оборудования: проектор, персональный компьютер (моноблок) с доступом к сети Интернет и корпоративной сети университета, ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» (www.biblioclub.ru), ЭБС «ЭБС Юрайт» (www.urait.ru), флипчарт переносной.

Перечень учебно-наглядных пособий:

Комплект наглядных материалов (баннеры, плакаты);

Комплект электронных иллюстративных материалов (презентации, видеоролики).

2. Помещение для самостоятельной работы 4.1. (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, пр-т Али-Гаджи Акушинского, 20, учебный корпус №2).

Перечень основного оборудования:

Персональные компьютеры с доступом к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду вуза.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Зараменских, Е. П. Информационные системы в бизнесе : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. П. Зараменских. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 470 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17537-0. — Текст : электронный

2. Основы маркетинга. Практический курс : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 221 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18046-6. — Текст : электронный

3. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст : электронный

4. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный

5. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 68 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18732-8. — Текст : электронный

3.2.2. Дополнительные источники

1. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция), http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/

2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 02.12.2019) «О средствах массовой информации» http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/

3. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.07.2019) «О защите прав потребителей» http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/

4. Научно-практический журнал «Практический маркетинг»

5. [http:// www. businesspress.ru](http://www.businesspress.ru) - Деловая пресса;

6. [http:// www. nta –rus. ru](http://www.nta-rus.ru) - Национальная торговая ассоциация

7. [http:// www. rtpress. ru](http://www.rtpress.ru) - Российская торговля

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоённости компетенций)	Формы контроля и методы оценки
ОК.02	<i>Обучающийся применяет информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности</i>	<i>Контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, защита курсовых и дипломных проектов (работ), экзамены. Интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.</i>
ПК 1.1	<i>Обучающийся проводит исследование рынка поставщиков и формирует информационную базу по ним</i>	
ПК 1.3	<i>Обучающийся составляет и оформляет закупочную документацию, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий</i>	
ПК 2.1	<i>Обучающийся применяет методики идентификации потребительских товаров, их кодирования , в том числе с помощью цифровых технологий.</i>	
ПК 2.5.	<i>Обучающийся осуществляет управление ассортиментом товаров, в том числе с использованием искусственного интеллекта и сквозных цифровых технологий</i>	
ПК 3.1.	<i>Обучающийся определяет готовность веб-сайта к продвижению.</i>	
ПК 3.2.	<i>Обучающийся анализирует интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".</i>	
ПК 3.3.	<i>Обучающийся разрабатывает стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети Интернет.</i>	
ПК 3.4.	<i>Обучающийся проводит рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество.</i>	
ПК 3.5.	<i>Обучающийся составляет технические задания в соответствии с требованиями заказчика.</i>	
ПК 3.6.	<i>Обучающийся проводит аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".</i>	