Disynergy
Страница материала ↗
EXQT
Готовые ответы — на EXQT
Доступ к ответам приобретается отдельно.
Найти ответы ↗

Образовательная автономная некоммерческая организация
высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»

Актуализированная версия
утверждена на заседании
Ученого совета
ОАНО ВО «МосТех»
протокол № 06 от 28 февраля 2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор
_____Ю.В. Вепринцева

«28» февраля 2025 г.

Программа
Производственной практики по *ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга*

Уровень образования:	***среднее профессиональное образование***
Специальность:	***38.02.08 Торговое дело***
Квалификация:	***специалист торгового дела***
Форма обучения:	***Все формы обучения***
Срок обучения:	***1 год 10 месяцев***
Год набора:	***2025 г.***

Москва 2025

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

ПМ.О3 Организация и осуществление интернет-маркетинга

1.1. Область применения программы

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) является разделом рабочей программы профессионального модуля ПМ. 03. Организация и осуществление интернет-маркетинга, являющегося обязательной частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Рабочая программа производственной практики реализуется в форме практической подготовки профессионального модуля и является частью ООП по специальности 38.02.08 Торговое дело. Производственная практика представляет собой вид учебной деятельности, направленной на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций в процессе выполнения работ, связанных с видом профессиональной деятельности (ВПД): Организация и осуществление интернет-маркетинга

1.2. Цели и задачи производственной практики

Цель производственной практики по ПМ.О3 «Организация и осуществление интернет-маркетинга» для специальности 38.02.08 «Торговое дело» — сформировать и закрепить у обучающегося практический опыт планирования, организации и реализации комплекса интернет-маркетинга в сфере торговли, включая анализ целевой аудитории и конкурентной среды, выбор и настройку цифровых каналов продвижения (SMM, контекстная и таргетированная реклама, e-mail, маркетплейсы), разработку и ведение контент-плана, применение инструментов веб-аналитики для оценки эффективности (KPI/метрики) и последующей оптимизации, с соблюдением требований законодательства и корпоративных стандартов.

Для реализации поставленной цели, основными задачами практики являются:

- сформировать целостное понимание экосистемы интернет-маркетинга в торговле и связи каналов с этапами воронки продаж (трафик — лид — продажа — удержание);

- освоить проведение комплексного аудита цифровых активов компании (технический, UX/юзабилити, визуально-эстетический) и формулирование приоритизированных рекомендаций;

- научиться анализировать поисковую среду и конкурентов: выявлять интенты пользователей, кластеры спроса и точки дифференциации;

-сформировать стратегию поискового продвижения (SEO): семантика, архитектура, контент-план, технические улучшения и внешние факторы;

-сформировать стратегию присутствия в социальных сетях: позиционирование, контент-план, медиаплан и выбор форматов продвижения;

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер disynergy.ru

- освоить подбор, кластеризацию и валидацию ключевых слов/словосочетаний для SEO и рекламы;

- разработать и протестировать лендинг под коммерческое предложение: структура, оффер, CTA, базовые принципы конверсии;

-научиться планировать, запускать и сопровождать рекламные кампании в соцсетях и контекстно-медийных сетях (подготовка креативов, настройки, таргетинги, бюджеты);

- освоить инструменты веб-аналитики: постановка целей/событий, UTM-разметка, анализ поведения пользователей, построение дашборда KPI (трафик, конверсия, CPL/CPA, ROMI);

- научиться оценивать эффективность маркетинговых активностей и формировать план оптимизации на основе данных (A/B-гипотезы, приоритизация улучшений);

- обеспечить соблюдение правовых и этических требований онлайн-коммуникаций (персональные данные, reklama, бренд-гайды);

- развить навыки проектной работы и коммуникаций: брифинг, постановка задач, дедлайны, отчетность и презентация результатов заинтересованным сторонам.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями, обучающейся в ходе освоения учебной практики, должен:

уметь:

– выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;

– документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта;

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

– выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;

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

– использовать инструменты для проведения технического аудита;

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

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

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер disynergy.ru

– актуализировать информацию о поведении пользователей вебсайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";

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

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

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

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

– определять маркетинговые стратегии;

– составлять smm-стратегии;

– составлять контент-планы;

– создавать стратегии продвижения;

– сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;

– разрабатывать уникальные торговые предложения;

– разрабатывать рекламные модули;

– создавать стратегии продвижения;

– сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;

– обосновывать выбор целевой аудитории;

– создавать тексты и рекламные слоганы;

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

– различать виды текстов;

– рассчитывать бюджет на создание лендинга;

– писать техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций;

– определять CTA для лендингов;

– работать с бесплатными сервисами создания лендингов;

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

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер disynergy.ru

− составлять информационно-аналитические справки; − оформлять отчетные документы.

владеть навыками:

− проведения технического анализа аудируемого веб-сайта;

− проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта;

− проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта;

− анализа поисковой выдачи;

− анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи;

− анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";

− определения стратегии поискового продвижения;

− проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении;

− анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем;

− определения стратегии продвижения в социальных сетях;

− размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;

− размещения медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;

− разработки лендинга;

− анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы;

− анализа показателей эффективности проведения контекстномедийной рекламной кампании;

− составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.

Результатом производственной практики по ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга, является освоение обучающимися профессиональных (ПК) и общих компетенций (ОК):

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер disynergy.ru

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1	Определять готовность веб-сайта к продвижению.
ПК 3.2	Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".
ПК 3.3	Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети Интернет.
ПК 3.4	Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество.
ПК 3.5	Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика.
ПК 3.6	Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 07.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

Обязанности студента-практиканта:

Продолжительность рабочего дня для студентов (ст. 91 ТК РФ) при прохождении практики в организации, учреждениях и на предприятиях составляет для студентов в возрасте от 16 до 18 лет не более 36 часов в неделю, в возрасте от 18 лет и старше не более 40 часов в неделю.

С момента зачисления студентов в период практики в качестве практикантов на рабочие места на них распространяются правила охраны труда, правила внутреннего распорядка и режима рабочего дня, действующие в организации, с которыми они должны быть ознакомлены в установленном в организации порядке.

Студент при прохождении практики обязан:

- ознакомиться с программой производственной практики;

- полностью выполнять программу производственной практики;

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

- являться на проводимые под руководством преподавателя-руководителя практики консультации, сообщать руководителю о ходе работы и обо всех отклонениях и трудностях прохождения практики;

- систематически и своевременно накапливать материал для отчета о производственной практике;

- подготовить отчет о производственной практике;

- подчиняться действующим правилам внутреннего трудового распорядка и техники безопасности;

- по окончании практики сдать письменный отчет о прохождении производственной практики на регистрацию и проверку и своевременно в установленные сроки;

- защитить отчет после устранения замечаний руководителя, если таковые имеются.

По итогам защиты отчета о производственной практике студенты загружают его в личный кабинет.

Учебно-методическое и информационное обеспечение производственной практики

Для реализации программы необходимы комплекты законодательных и нормативных документов, а также учебно-методической документации, бланков товарно-сопроводительной документации, образцов оформленных договоров, электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе.

Технические средства обучения: компьютеры с лицензионным программным обеспечением, мультимедийный проектор, принтер, интерактивная доска, программное обеспечение общего и профессионального назначения: СПС «Гарант», СПС «КонсультантПлюс».

Общие требования к организации образовательного процесса

Общий объем времени на проведение практики в форме практической подготовки определяется ФГОС СПО и рабочими учебными планами по специальности. Сроки проведения практики устанавливаются в соответствии с ППССЗ по специальности, регламентируемой рабочим учебным планом и календарным графиком учебного процесса. Производственная практика проводится при освоении обучающимися профессиональных компетенций в рамках профессионального модуля и реализовывается концентрированно после теоретических занятий профессионального модуля и учебной практики. До начала практики руководитель практики совместно со специалистом по

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

охране труда проводит с обучающимися инструктаж по вопросам техники безопасности, пожарной безопасности, охраны жизни и здоровья.

Контроль и оценка результатов освоения производственной практики в форме практической подготовки осуществляется преподавателем в форме дифференцированного зачета.

Аттестация по итогам производственной практики проводится на основании следующих документов:

– индивидуальное задание, в хронологическом порядке регистрирующего виды выполняемых обучаемым работ и заверенного подписью студента;

– отчета, заверенного печатью и подписью ответственного лица и составленного в соответствии с индивидуальным заданием на производственную практику.

Необходимым условием завершения практики является соблюдение следующих условий: полнота и своевременность предоставления обучающимся справки о прохождении практики, заверенной подписью ответственного лица от организации и печатью, а также отчета о прохождении практики в соответствии с заданием на практику.

Формы промежуточной аттестации производственной практики:

дифференцированный зачет – выставляется на основании данных аттестационного листа (характеристики профессиональной деятельности обучающегося на практике) с указанием видов работ выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества выполнения и подготовки и защите отчета о прохождении практики, в соответствии с программой производственной практики.

Целью оценки производственной практики является оценка овладения профессиональными и общими компетенциями, навыками и умениями по специальности: «Специалист торгового дела».

Содержание отчета о практике

В ходе прохождения практики студенты должны:

1 этап: Ознакомиться с базой практики. Дать характеристику предприятия, адрес, график работы, привести организационную структуру предприятия (организации); форму собственности; основные показатели торговой деятельности за 3 года и анализ из, показав темп роста (изменения).

2 этап: Пройти инструктаж по технике безопасности.

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер disynergy.ru

Вводный инструктаж по охране труда, пожарной безопасности, электробезопасности, санитарии и гигиене на предприятиях. Изучить основные причины возникновения производственного травматизма и его профилактика. Изучить технику безопасности и правила эксплуатации технологического торгового оборудования, а также технику безопасности и охрана труда на рабочем месте.

3 этап: провести анализ по следующим направлениям:

1. Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта.

Открой сайт компании на компьютере и на телефоне, проверь, быстро ли загружаются страницы и нет ли ошибок при переходах между разделами; затем в режиме инкогнито введи адрес сайта в сервис PageSpeed Insights (web.dev/measure), сохрани полученные оценки для мобильной и десктопной версий и основные рекомендации по ускорению, проверь наличие защищённого соединения (значок замка в адресной строке и протокол https), открой адреса вида домен/robots.txt и домен/sitemap.xml, чтобы убедиться, что они существуют, и пройдись по 5–10 ссылкам на сайте, чтобы заметить возможные ошибки 404 или лишние перенаправления; по итогам запиши скорость, найденные технические проблемы и 3–5 самых важных предложений по исправлению.

2. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта.

Сформулируй для себя простую задачу покупателя, например «найти товар и оформить заказ» или «получить консультацию», пройди этот путь на сайте с компьютера и с телефона, засекли время и количество шагов, обрати внимание, насколько понятны меню и поиск, легко ли вернуться назад по «хлебным крошкам», открой любую форму (заказ, обратная связь), проверь, понятны ли подписи к полям, есть ли подсказки и сообщения об ошибках, и оцени размер шрифтов и кнопок на мобильном; в отчёте простыми словами опиши, где было удобно, где было непонятно, что мешало и какие 3 быстрых улучшения можно внести.

3. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.

Внимательно посмотри на главную и на 2–3 ключевые страницы (категория, карточка товара, контакты) и оцени, насколько единообразно используются цвета, шрифты и кнопки, хорошо ли читается текст на фоне, нет ли «мыльных» изображений и перегруженных баннеров, логично ли расставлены акценты (самые важные кнопки и заголовки), и одинаково ли аккуратно всё выглядит на телефоне; зафиксируй сильные стороны дизайна, основные проблемы

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер disynergy.ru

(контраст, типографика, качество картинок) и коротко предложи, как их исправить своими словами.

4. Анализ поисковой выдачи.

Открой окно браузера в режиме инкогнито и введи 5–10 запросов, по которым клиенты могут искать товары или услуги компании (включи брендовые и небрендовые фразы с указанием региона), для каждого запроса найди, на какой позиции примерно находится сайт (входит ли в первые 10–20 результатов), обрати внимание на дополнительные элементы выдачи, такие как блоки вопросов, карты, отзывы или расширенные сниппеты, и запиши список запросов, видимость сайта и заметные особенности страницы результатов поиска.

5. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи.

Выбери 3–5 сайтов, которые чаще всего показываются в топе по выбранным запросам, открой их и посмотри, как у них устроены каталог и карточки товаров, насколько понятны цены и условия, какие уникальные предложения они выделяют, насколько прост процесс оформления, затем проверь скорость этих сайтов через PageSpeed Insights и оцени удобство на мобильном; запиши, какие решения у конкурентов кажутся удачными, какие слабые места заметны, и что из их подходов можно применить в компании.

6. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Вбей основные товарные и сервисные запросы в поисковую строку и посмотри предлагаемые подсказки, затем воспользуйся Google Trends или Яндекс Вордстат, чтобы оценить сезонность и относительную популярность 5–10 ключевых фраз, понаблюдай, какие формулировки предпочитают люди, какие синонимы используют, и какие запросы явно не про вашу компанию и должны исключаться; составь понятный список основных запросов, синонимов и минус-слов и отметь периоды года, когда интерес к ним растёт.

7. Определение стратегии поискового продвижения

Разбей собранные запросы на логичные темы (категории, бренды, услуги), сопоставь каждую тему с существующими страницами сайта или отметь, какие страницы стоит создать, определи цели на ближайший период (например, увеличить органический трафик на X% или вывести 5 ключевых запросов в топ-10), наметь простой план контента на месяц–два (статьи, ответы на частые вопросы, сравнения), и перечисли первоочередные технические правки (мета-теги, заголовки, скорость, внутренняя перелинковка); запиши итоговый план по темам, страницам и шагам.

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер disynergy.ru

8. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении.

Собери стартовый список ключей из подсказок поиска, карточек товаров, описаний конкурентов и внутренней аналитики, убери повторы и нерелевантные фразы, раздели оставшиеся ключи по намерению пользователя (узнать, выбрать, купить) и по приоритету для бизнеса, после чего для каждой группы определи, на какие страницы их продвигать; подготовь обновлённый, очищенный и сгруппированный список с пометками приоритетов и страниц.

9. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.

В поиске по брендовому названию проверь, какие страницы выходят первыми, есть ли карточки в картах, профили в соцсетях, каталоги, отзывы и упоминания в СМИ, оцени, совпадают ли контактные данные в разных источниках (название, адрес, телефон), и посмотри тональность отзывов; составь краткое описание того, где компания представлена, где есть пробелы, какие данные нужно исправить и какие площадки следует подключить.

10. Определение стратегии продвижения в социальных сетях.

Уточни у руководителя практики цели присутствия в соцсетях (охват, вовлечённость, трафик на сайт, заявки), определи ключевые площадки, где есть целевая аудитория компании, набросай рубрики и частоту публикаций на месяц, продумай правила ответов на комментарии и сообщения, а также настройку отслеживания переходов с помощью UTM-меток; зафиксируй цели, выбранные платформы, план контента и подход к модерации.

11. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Подготовь короткие объявления с чётким предложением и призывом к действию, подбери 2–3 аудитории для теста (интересы, ремаркетинг, похожие аудитории), согласуй бюджет и сроки, добавь UTM-метки для отслеживания, запусти тестовые кампании и через несколько дней сравни показатели (показы, клики, CTR, стоимость клика); в отчёте опиши использованные тексты и настройки, стартовые результаты и выводы о том, что работает лучше.

12. Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Выбери формат под цели (баннер, карусель, сторис, короткое видео), подготовь несколько вариантов визуалов с понятным сообщением и логотипом, настрой показы на выбранные аудитории, установи ограничение

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

частоты и следи за модерацией площадки, после запуска оцени охват, частоту, стоимость тысячи показов и кликабельность; запиши, какие креативы и аудитории дали лучшие результаты и какие изменения планируется внести.

13. Разработка лендинга.

Определи одну главную цель страницы (например, заявка или звонок) и главный оффер, составь простую структуру блоков от заголовка с выгодой до доказательств (кейсы, отзывы), ответов на частые вопросы и формы, согласуй тексты и изображения, проверь удобство на мобильном и скорость загрузки, подключи счётчики и события для измерения конверсий; опиши назначение лендинга, его структуру, ключевые элементы доверия и то, какие метрики будут оцениваться.

14. Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы.

С помощью UTM-меток раздели посетителей по кампаниям и креативам, открой отчёты аналитики и посмотри, сколько времени пользователи проводят на странице, насколько глубоко прокручивают, по каким кнопкам кликают и где чаще всего уходят, сравни эти показатели между разными объявлениями, чтобы понять, какие элементы работают, а какие игнорируются; в выводах укажи самые используемые элементы, точки, где пользователи теряются, и предложи 2–3 гипотезы улучшений.

15. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании.

Собери за выбранный период основные метрики по кампаниям (охват, частота, CPM, клики, CTR, стоимость клика, заявки или лиды, стоимость заявки, конверсия на сайте), сравни результаты между аудиториями и креативами, проверь поведение после клика в веб-аналитике (отказы, глубина просмотра, время на сайте) и сопоставь их с поставленными целями и бюджетом, после чего сформулируй, что следует остановить, что масштабировать и какие тесты провести дальше; запиши краткое резюме эффективности и конкретные рекомендации по оптимизации.

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

Собери данные из доступной аналитики (веб-сайт, рекламные кабинеты, CRM, соцсети) за согласованный период и опиши цель сегментации (зачем делили аудиторию и какую бизнес-задачу решали), затем кратко зафиксируй, на основании каких признаков строились сегменты (демография, география, интересы, поведение на сайте, источники трафика, покупки/RFM) и в каких

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

инструментах это было настроено; для каждого сегмента укажи размер аудитории и охват, ключевые характеристики (возраст/пол, регион, частота визитов, средний чек, предпочитаемые товары/категории, любимые каналы), добавь простое описание персоны (кто это и что ищет), перечисли использованные офферы/креативы и посадочные страницы; собери и сравни основные метрики эффективности по сегментам до и после применения сегментации (показы, клики, CTR, CPC, лиды/заказы, CPA/CPL, конверсия, выручка/ROAS, глубина просмотра и отказы), отметь лучшие и слабые связки «сегмент+сообщение+канал», возможные причины различий и ограничения данных (малый объём, сезонность, пересечение аудиторий), сделай выводы о том, какие сегменты приоритетны для масштабирования, какие требуют доработки и какие эксперименты запустить дальше (новые офферы, креативы, корректировка таргетингов, отдельные лендинги); оформи отчёт в понятной структуре: цель и метод, описание сегментов, результаты по метрикам с короткими комментариями, выводы и конкретные рекомендации по действиям на следующий период, приложи таблицы/скриншоты из аналитики и укажи, где хранится исходная выгрузка и как воспроизвести отчёт при повторной проверке.

По итогам проделанной работы результаты исследования необходимо привести в отчете о практике. Отчет по практике должен быть выполнен в соответствии с представленным планом:

Введение

1. Характеристика деятельности организации
2. Техника безопасности в организации
3. Сравнительный анализ веб-сайта организации и конкурентов (выбрать 2-3 конкурента для сравнения)
4. Анализ стратегии поискового продвижения организации
5. Анализ продвижения организации в социальных сетях
6. Анализ сегментов целевой аудитории
7. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании организации
8. Разработка предложений по использованию лендинга (либо разработка лендинга) организации

Заключение

Список используемых источников

Приложения

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения

Нажмите на мессенджер, чтобы написать

Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗

+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер disynergy.ru

Рекомендуемые источники литературы:

Федеральные законы

1. «О защите прав потребителей» /ФЗ -2от 09.01.96 с изменениями и дополнениями от 27.12. 99 ФЗ -212

2. «О качестве и безопасности пищевых продуктов», ФЗ – 29от 02.01.2000

3. «О техническом регулировании», ФЗ-184 от 27. 12.02.

4. «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения», ФЗ-52 от 30.01. 1999.

5. «Об ограничении курения табака», от 10.07.2001 № 87-ФЗ

6. Правила продажи отдельных видов товаров /Постановление Правительства РФ от 18 января 1998/ (с изменениями и дополнительными) 1999, 2000, 2002г.г.

7. О мерах по защите потребительского рынка РФ от проникновения некачественных импортных товаров /Постановление Правительства РФ от 12.07.96 № 987.

Рекомендуемая (основная и дополнительная) литература:

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. – 2-е изд., пересм. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 346 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684274
2. Евдокимов, О. Г. Основы маркетинга в торговом деле : учебно-методическое пособие / О. Г. Евдокимов, Ж. В. Смирнова. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. — 119 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/115861.html
3. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для среднего профессионального образования / под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4.
4. Калужский, М. Л. Практический маркетинг : учебник : [16+] / М. Л. Калужский. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 186 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598989
5. Катаев, А. В. Технологии маркетинга в интернет-среде : учебное пособие : [16+] / А. В. Катаев, И. А. Названова ; Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2024. – 148 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=724417
6. Катаев, А. В. Digital-маркетинг : учебное пособие : [16+] / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова ; Южный федеральный университет. – Ростов-

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2020. – 163 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598669
7. Кульпин, С. В. Структура и содержание интернет-маркетинга : учебное пособие / С. В. Кульпин ; под ред. Е. В. Попова ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2020. – 103 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699056
8. Пахомова, Н. Г. Организация деятельности торгового предприятия: оптовая торговля : учебное пособие для СПО / Н. Г. Пахомова. — 2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2022. — 89 с. — ISBN 978-5-00175-118-2, 978-5-4488-1518-8.
9. Рыжиков, С. Н. Поведение потребителей в цифровой среде : учебник для вузов / С. Н. Рыжиков. – Москва : Дашков и К°, 2025. – 412 с. : ил., табл. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=731248
10. PR в сфере коммерции: учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. И.М. Синяевой. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2024. — 298 с. + Доп. 12 материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0614-3.
11. Технология интернет-маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5.
12. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 185 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507
13. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг: учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – 2-е изд. – Москва: Директ-Медиа, 2025. – 240 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=723871
14. Электронная торговля : учебник / Р. Р. Дыганова, Г. Г. Иванов, В. А. Матосян, Р. Р. Салихова. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 150 с. : ил., табл., схем. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710146

Дополнительные источники (Интернет-ресурсы)

1. Официальный сайт Министерство экономического развития Российской Федерации: http://www.economy.gov.ru – Режим доступа, свободный

2. Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт): http://www.gost.ru – Режим доступа: свободный

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

3. Официальный сайт информационной службы «Интерстандарт» Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии: http://www.interstandart.ru – Режим доступа: свободный

4. Официальный сайт РИА «Стандарты и качество»: стандартизация, метрология, менеджмент качества: www.stq.ru – Режим доступа: свободный

5. Официальный сайт журнала СМИ «Спрос – электронный журнал для потребителей»: https://spros-online.ru/ – Режим доступа: свободный

6. Официальный сайт Интернет-портал: Торговля, бизнес, товароведение, экспертиза: http://www.znaytovar.ru – Режим доступа: свободный

7. Официальный сайт Справочно-правовая система «Гарант»: сайт. – URL: https://www.garant.ru/ – Режим доступа: свободный

8. Официальный сайт Справочно-правовая система «Консультант плюс»: сайт. – URL: http://www.consultant.ru/ – Режим доступа: свободный

9. Официальный сайт Юридическая фирма Интернет и Право: сайт. – URL: https://internet-law.ru/– Режим доступа: свободный

10. Официальный сайт 1С: Предприятие 8 http://v8.1c.ru/trade/ – Режим доступа: свободный

11. Официальный сайт Российская национальная библиотекаhttp://www.nlr.ru/ – Режим доступа: свободный

12. Официальный сайт Торгово-промышленная палата Российской Федерации http://www.tpprf.ru – Режим доступа: свободный

13. Официальный сайт Федеральный образовательный портал. ЭСМ – Экономика. Социология. Менеджмент http://ecsocman.hse.ru/net/16000163/ – Режим доступа: свободный

14. Официальный сайт Российский деловой медиапортал Альянс Медиа http://allmedia.ru/ – Режим доступа: свободный

15. Официальный сайт Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Научно-образовательный портал IQ http://www.opec.ru/ – Режим доступа: свободный

16. Национальная торговая ассоциация - http:/ www.nta-rus.ru

17. Сайт Системы межрегиональных маркетинговых центров - http://www.marketcenter.ru/

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения

Нажмите на мессенджер, чтобы написать

Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗

+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер disynergy.ru