

Частное образовательное учреждение
профессионального образования
«Ставропольский многопрофильный колледж»

КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

по профессиональному модулю

**ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде
Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий**

для обучающихся по специальности

42.02.01 Реклама

Ставрополь, 2024

Комплект контрольно-оценочных средств разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама программы: **ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий**

Разработчик(и):

Абидова С.А. – преподаватель СМК

Рассмотрено и рекомендовано на заседании кафедры «Экономики и туризма», протокол № 5 от «15» января 2024 г.

Общие положения

Результатом освоения профессионального модуля является готовность обучающегося к выполнению вида профессиональной деятельности **ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий**

Формой аттестации по профессиональному модулю является экзамен по модулю.

Итогом этого экзамена является однозначное решение: «вид профессиональной деятельности освоен с оценкой / не освоен».

1. Результаты освоения модуля, подлежащие проверке

1.1. Профессиональные и общие компетенции

Сформированность компетенций (в т. ч. частичная для общих) может быть подтверждена как изолированно, так и комплексно. В ходе экзамена (квалификационного) предпочтение следует отдавать комплексной оценке.

ПК.3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет

ПК.3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях

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 финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

ЛР 7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.

ЛР 15 Использующий информационные технологии в профессиональной деятельности

ЛР 30 Умеющий осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта

ЛР 33 Владеющий контролем соответствия продукции требованиям рекламодателя

ЛР 38 Обладающий востребованными надпрофессиональными компетенциями: инновационностью, креативностью, предприимчивостью, коммуникативностью, солидарностью, эффективностью

ЛР 29 Осознающий социальную значимость труда, стремящийся добросовестно и ответственно работать, бережно относиться к результатам труда

Показатели сформированности следует указывать для каждой компетенции из перечня

Таблица 1

Профессиональные компетенции	Показатели оценки результата
ПК 1.1. Планировать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства	Осуществлять организацию и контроль работы сотрудников службы предприятия туризма и гостеприимства Умения взаимодействовать с туроператорами, экскурсионными бюро, кассами продажи билетов
ПК 1.2. Организовывать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства.	Владеть технологией делопроизводства (ведение документации, хранение и извлечение информации)
ПК 1.3. Координировать и контролировать деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства	Выполнение работ в соответствии с установленными нормативно-правовыми актами на русском и иностранных языках Использовать технику переговоров, устного общения, включая телефонные переговоры Владеть культурой межличностного общения
ПК 1.4. Осуществлять расчеты с потребителями за предоставленные услуги	Знать цены на туристские продукты и отдельные туристские и дополнительные услуги Знать ассортимент и характеристики предлагаемых туристских услуг Пользоваться контрольно-кассовым оборудованием и программно-аппаратным

Таблица 2

Общекультурные компетенции	Показатели оценки результата
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Выполнение работ в соответствии с установленными нормативно-правовыми актами
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Знать виды технических средств сбора и обработки информации, связи и коммуникаций Владеть методикой хранения и поиска информации Владеть техникой составления, учета и хранения отчетных данных

<p>ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях</p>	<p>Владеть основами организации деятельности служб предприятий туризма и гостеприимства и основы организации, планирования и контроля деятельности подчиненных Владеть технологией делопроизводства (ведение документации, хранение и извлечение информации) Осуществлять расчет с клиентом за предоставленные услуги</p>
<p>ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде</p>	<p>Взаимодействовать с коллегами при возникновении конфликтных ситуаций</p>
<p>ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста</p>	<p>Знать теорию межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии малой группы Владеть способами логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</p>
<p>ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях</p>	<p>Оказывает первую помощь; эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях</p>
<p>ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках</p>	<p>Выполнение работ в соответствии с установленными нормативно-правовыми актами на русском и иностранных языках</p>

1.2. Иметь практический опыт – уметь – знать

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- выявления основных и второстепенных конкурентов;
- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды;
- проведения качественных аналитических исследований рынка;

- выявления основных и второстепенных конкурентов;
- планирования системы маркетинговых коммуникаций;
- разработки стратегии маркетинговых коммуникаций;
- выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет;
- структуры и базовых принципов рекламного сообщения.

уметь:

- производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;
- производить качественные аналитические исследования рынка;
- уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи;
- преобразовывать требования заказчика в бриф;
- определять ключевые цели рекламной кампании;
- разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг;
- использовать поисковые системы интернета.

знать:

- способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентно среды;
- методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития;
- методики и инструменты для проведения маркетингового исследования;
- важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей;
- методики рекламного планирования;
- важность учета пожеланий заказчика при разработке, при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей;
- типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.

2. Формы промежуточной аттестации по профессиональному модулю

Таблица 4

Элементы профессионального модуля	модуля,	Формы промежуточной аттестации
МДК.03.01		Дифференцированный зачет
МДК.03.02		Экзамен
УП.03.01		Дифференцированный зачет
ПП.01.01		Дифференцированный зачет
ПМ.01.ЭК		Экзамен по модулю

3. Оценка освоения теоретического курса профессионального модуля

3.1. Общие положения

Основной целью оценки теоретического курса профессионального модуля является оценка умений и знаний.

Оценка теоретического курса профессионального модуля ПМ.01 Организация и контроль текущей деятельности служб предприятий туризма и гостеприимства осуществляется с использованием следующих форм и методов контроля: Тестирование, самостоятельные работы, доклады, рефераты по междисциплинарному курсу. Квалификационный экзамен по профессиональному модулю.

3.2. Типовые задания для оценки освоения

3.2.1 Типовые задания для оценки освоения МДК 03.01 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет

3.2.1.1 Теоретическая часть вопросы к дифференцированному зачету

1. Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории
2. Создание и размещение рекламных объявлений в социальных сетях.
3. Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз
4. Разработка концепции стратегии для поисковых систем.
5. Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в интернете
6. Разработка стратегии проведения для рекламной кампании
7. Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда
8. Настройка таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество.
9. Размещение контекстно-медийных объявлений в сети интернет
10. Разработка концепции продвижения личного бренда. 4 2
11. Проведение аналитической справки конкурентов для реализации стратегии продвижения
12. Расчет стоимости перехода клиента. Формирование KPI.
13. Разработка инструментов коммуникации в социальных сетях
14. Создание брифа на разработку РК для таргетированной рекламы.
15. Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в Интернете.
16. Создание контента стратегию для личного бренда
17. Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов по контекстно-медийной стратегии продвижения в интернете.
18. Проведение исследования системы веб-аналитики. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».
19. SEO. РСЯ. Email-маркетинг.

20. Проведение работ по реализации стратегии продвижения в интернете.
21. Классификация рекламы. SMM. Каналы распространения email-рассылки.
22. Создание тематического сообщества. Наполнить контентом.
23. Согласование показателей эффективности и бюджета продвижения с заказчиком.
24. Системы управления интернет-рекламой.
25. Сбор базы подписчиков при помощи email-маркетинга

3.2.1.2 Задания

Задание 1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в Интернете.

Задание 2. Разработайте концепции стратегии для поисковых систем.

Задание 3. Разработайте стратегии проведения для рекламной кампании.

Задание 4. Проведите настройку таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество.

Задание 5. Разработать концепцию продвижения личного бренда.

Задание 6. Провести расчет стоимости перехода клиента. Формирование KPI.

Задание 7. Составить бриф на разработку РК для таргетированной рекламы.

Задание 8. Создать контент стратегию для личного бренда.

Задание 9. Провести исследование системы веб-аналитики. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».

Задание 10. Выявить более качественный инструмент в развитии сайта и онлайн-продвижения.

Задание 11. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».

Задание 12. Создать тематическое сообщество. Наполнить контентом

Задание 13. Определить влияние таргетированной рекламы на целевую аудиторию

Задание 14. Проанализировать, где лучше всего применяется email-маркетинг.

Задание 15. Собрать базу подписчиков при помощи email-маркетинга..

3.2.2 Типовые задания для оценки освоения МДК.03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях

3.2.2.1 Теоретическая часть вопросы к экзамену

1. Web Analytics - аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде.
2. Использование методов проведения анализа эффективности маркетинговой активности в сети «Интернет»
3. Принципы и практики реализации контекстной рекламы
4. Создание email-рассылок: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические и ссылочные.
5. Внедрение основными инструментами для оценки эффективности рекламной кампании
6. Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта
7. Разработка контентной составляющей для личного бренда
8. Преимущества и недостатки отдельных форматов медийной рекламы; цели использования рекламоделателями
9. Оценка эффективности продвижения рекламного агентства
10. Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга
11. Алгоритмы и результаты поискового продвижения
12. Выбор цели для настройки. 12 категорий Вконтакте. Создание тестового режима a/b тестирования. Создание креативов для рекламы.
13. Процесс анализа внешней и внутренней оптимизации.
14. Оптимизация meta-информации страницы
15. Технологии привлечения посетителей на сайт
16. Разработка уникального торгового предложения
17. Области и стратегии применения цифрового маркетинга
18. Продвижение нового товара с применением современных маркетинговых инструментов
19. Этапы осуществления компаний.
20. Визуальное оформление контента для личного бренда
21. Формулирование целей цифрового маркетинга для компаний.
22. E-mail- и вирусный маркетинг.
23. Инструменты и методы цифрового маркетинга.
24. Позиционирование бренда. Платформа
25. Поведенческий таргетинг, матрица потребности

3.2.2.2 Задания

Задание 1. Проведите анализа эффективности маркетинговой активности в сети «Интернет» относительно выбранного по желанию продукта.

Задание 2. Разработайте концепции стратегии для поисковых систем.

Задание 3. С помощью основных инструментов для оценки эффективности ре-кламной кампании разработайте стратегию продвижения выбранного продук-та в Иртернет-маркетинге.

Задание 4. Создайте привлекательный контент для вашего личного бренда и успешное его продвижение в сфере Интернет-пространства.

Задание 5. Проведите оценку показателей экономической эффективности деятель-ности рекламного агентства в городе Ставрополе по выбору студента.

Задание 6. Рассчитайте стоимость одного подписчика, а также провести конверсию сайта через таргет.

Задание 7. Создайте тестовый режим a/b тестирования, а также креатива для рекламы продукта по выбору студента.

Задание 8. Выполните оптимизацию метатегов и заголовков на страницах официального сайта современного предприятия на выбор.

Задание 9. Разработайте уникальное торговое предложение для конкретного продукта предприятия реального сектора экономики

Задание 10. Разработайте систему продвижения конкретного продукта с применением современных маркетинговых инструментов.

Задание 11 Разработайте визуальное оформление контента для личного бренда.

Задание 12. Разработать концепцию и план проведения рекламной и/или PR компании

Задание 13. Разработайте платформу бренда с учетом ее структурных элементов.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основные источники

1. Кузьмина, О. Г. Бренд-менеджмент : учебное пособие / О. Г. Кузьмина. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2024. — 176 с. — DOI: <https://doi.org/10.12737/21301>. - ISBN 978-5-369-01614-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2096295>. – Режим доступа: по подписке.

Дополнительные источники

1. Баранова, С. А. Основы брендинга: курс лекций и тестовые задания : учебное пособие / С. А. Баранова. - Москва : ФЛИНТА, 2021. - 98 с. - ISBN 978-5-9765-4702-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1851743>. – Режим доступа: по подписке.

Интернет-ресурсы

1. СПС <http://www.consultant.ru>
2. ЭБС <https://znanium.com>
3. ЭБС <https://book.ru>