

Приложение

К ООП по специальности/профессии

**42.02.01 Реклама**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОПЦ.12 Основы брендинга**

2024

Программу составили:

1. Абидова Саратина Айтековна

Дисциплина: ОПЦ.12 Основы брендинга

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама утвержденным приказом Минобрнауки России от 21.07.2023 г. №552.

Рабочая программа учебной дисциплины составлена на основании учебного плана по специальности «42.02.01 Реклама»

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рассмотрено и рекомендовано на заседании кафедры Экономики и туризма

Протокол №5 от 15.01.2024

Заведующий кафедрой Абидова Саратина Айтековна

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## **ОПЦ.12 Основы брендинга**

*(наименование дисциплины)*

### **1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы**

Учебная дисциплина ОПЦ.12 Основы брендинга является обязательной частью обязательной частью цикла основной образовательной программы в соответствии ФГОС «42.02.01 Реклама» по специальности . Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии общих компетенций (ОК), профессиональных компетенций (ПК) и личностных результатов (ЛР):

1. ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
2. ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
3. ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
4. 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;
5. ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
6. ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.
7. ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.
8. ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
9. ЛР 14 Стремящийся к самообразованию, самосовершенствованию и творческой реализации
10. ЛР 32 Владеющий опытом выявления требований целевых групп потребителей и принимающий решения, направленные на продвижение рекламного продукта
11. ЛР 38 Обладающий востребованными надпрофессиональными компетенциями: инновационностью, креативностью, предприимчивостью, коммуникативностью, солидарностью, эффективностью.

12. ЛР 40 Готовый к постоянному повышению уровня профессионального образования, в том числе через самостоятельное образование, в условиях современного профессионального контекста.

### **1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины**

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ОК, ПК, ЛР	Умения	Знания
ОК 04., ОК 01., ОК 06., ОК 03., ОК 02., ПК 3.3., ПК 3.1., ПК 3.2., ЛР 14, ЛР 32, ЛР 38, ЛР 40	<p>уметь подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; обеспечивать качественное функционирование сайта; писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; преобразовывать требования заказчика в бриф; учитывать мнение заказчика при планировании РК;</p> <p>уметь определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования;</p> <p>уметь распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника);</p> <p>уметь определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска и структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач;</p> <p>уметь организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности;</p> <p>уметь описывать значимость своей специальности и применять стандарты антикоррупционного поведения;</p> <p>уметь определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет и - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.;</p> <p>уметь использовать поисковые системы интернета; использовать технологии поисково-контекстной рекламы; использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; конвертировать файлы в нужные форматы; использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; размещать рекламные материалы в социальных медиа; разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; определять эффективные офферы; создавать оригинальные и стильные логотипы; составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; создавать оригинальные, современные по стилю сайты; использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; повышать информационную наглядность сайтов; создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; доводить информацию заказчика до ЦА; использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.</p>	<p>знать возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; структуру брифа и требования к нему;</p> <p>знать сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; значимость профессиональной деятельности по специальности стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения;</p> <p>знать актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;</p> <p>знать номенклатуру информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств;</p> <p>знать содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты;</p> <p>знать психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности;</p> <p>знать типы рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; способы разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет;</p> <p>знать отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.</p>

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной дисциплины

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем в часах</b>
Лекционные занятия	38
Практические занятия	6
Практическая подготовка	58
Общий объем образовательной программы учебной дисциплины, в том числе в форме практической подготовки	102
<b>Форма(-ы) контроля: Экзамен</b>	

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОПЦ.12 Основы брендинга

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы	
Тема 1 Брендинг: понятие и сущность	Содержание учебного материала			ОК 04., ОК 01., ОК 06., ОК 03., ОК 02., ПК 3.3., ПК 3.1., ПК 3.2., ЛР 14, ЛР 32, ЛР 38, ЛР 40	
	1	<b>Лекционные занятия №1</b> Брендинг: понятие и сущность	2		1
	2	<b>Практическая подготовка №1</b> Конструирование идентичности бренда	4		2
Тема 2 Модели идентичности бренда	Содержание учебного материала			ОК 04., ОК 01., ОК 06., ОК 03., ОК 02., ПК 3.3., ПК 3.1., ПК 3.2., ЛР 14, ЛР 32, ЛР 38, ЛР 40	
	1	<b>Лекционные занятия №2</b> Модели идентичности бренда	4		1
	2	<b>Практическая подготовка №2</b> Модели идентичности бренда	4		2
Тема 3 Первый этап создания бренда «Аналитика»	Содержание учебного материала			ОК 04., ОК 01., ОК 06., ЛР 14, ЛР 32, ЛР 38, ОК 03., ЛР 40, ОК 02., ПК 3.3., ПК 3.1., ПК 3.2.	
	1	<b>Лекционные занятия №3</b> Первый этап создания бренда «Аналитика»	2		1
	2	<b>Практическая подготовка №3</b> Первый этап создания бренда «Аналитика»	4		2
Тема 4 Второй этап создания бренда «Формирование имиджа бренда»	Содержание учебного материала			ЛР 38, ОК 04., ОК 01., ОК 06., ОК 03., ОК 02., ПК 3.3., ПК 3.1., ПК 3.2., ЛР 14, ЛР 32, ЛР 40	
	1	<b>Лекционные занятия №4</b> Второй этап создания бренда «Формирование имиджа бренда»	2		1
	2	<b>Практическая подготовка №4</b> Второй этап создания бренда «Формирование имиджа бренда»	4		2
Тема 5 Третий этап создания бренда «Формализация бренда»	Содержание учебного материала			ОК 03., ОК 01., ОК 06., ЛР 32, ЛР 38, ЛР 40, ОК 04., ЛР 14, ОК 02., ПК 3.3., ПК 3.1., ПК 3.2.	
	1	<b>Лекционные занятия №5</b> Третий этап создания бренда «Формализация бренда»	2		1
	2	<b>Практическая подготовка №5</b> Третий этап создания бренда «Формализация бренда»	4		2
Тема 6 Четвертый этап создания бренда «Визуализация бренда»	Содержание учебного материала			ОК 04., ОК 01., ОК 06., ОК 03., ОК 02., ПК 3.3., ПК 3.1., ПК 3.2., ЛР 14, ЛР 32, ЛР 38, ЛР 40	
	1	<b>Лекционные занятия №6</b> Четвертый этап создания бренда «Визуализация бренда»	2		1
	2	<b>Практическая подготовка №6</b> Четвертый этап создания бренда «Визуализация бренда»	4		2
Тема 7 «Пятый этап создания бренда «Подготовка коммуникационной программы»	Содержание учебного материала			ОК 04., ОК 01., ОК 06., ЛР 14, ЛР 32, ОК 03., ОК 02., ПК 3.3., ПК 3.1., ЛР 38, ПК 3.2., ЛР 40	
	1	<b>Лекционные занятия №7</b> «Пятый этап создания бренда «Подготовка коммуникационной программы»	2		1
	2	<b>Практическая подготовка №7</b> «Пятый этап создания бренда «Подготовка коммуникационной программы»	4		2

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
Тема 8 Шестой и седьмой этапы создания бренда «Внедрение и поддержание бренда» «Мероприятия по увеличению силы бренда»	Содержание учебного материала			ОК 03., ОК 04., ОК 01., ОК 06., ЛР 14, ЛР 32, ЛР 38, ОК 02., ПК 3.3., ЛР 40, ПК 3.1., ПК 3.2.
	1 <b>Лекционные занятия №8</b> Шестой и седьмой этапы создания бренда «Внедрение и поддержание бренда» «Мероприятия по увеличению силы бренда»	2	1	
	2 <b>Практическая подготовка №8</b> Шестой и седьмой этапы создания бренда «Внедрение и поддержание бренда» «Мероприятия по увеличению силы бренда»	4	2	
Тема 9 Формирование капитала бренда И развитие бренда во времени: «Управленческие решения»	Содержание учебного материала			ОК 04., ОК 01., ОК 06., ЛР 14, ЛР 32, ЛР 38, ОК 03., ЛР 40, ОК 02., ПК 3.3., ПК 3.1., ПК 3.2.
	1 <b>Лекционные занятия №9</b> Формирование капитала бренда И развитие бренда во времени: «Управленческие решения»	2	1	
	2 <b>Практическая подготовка №9</b> Формирование капитала бренда И развитие бренда во времени: «Управленческие решения»	4	2	
Тема 10 Планирование эффективных Бренд-коммуникаций	Содержание учебного материала			ОК 04., ОК 03., ОК 02., ПК 3.3., ПК 3.1., ПК 3.2., ЛР 14, ЛР 32, ОК 01., ОК 06., ЛР 38, ЛР 40
	1 <b>Лекционные занятия №10</b> Планирование эффективных Бренд-коммуникаций	2	1	
	2 <b>Практическая подготовка №10</b> Планирование эффективных Бренд-коммуникаций	4	2	
Тема 11 Оценка бренда и его юридические аспекты	Содержание учебного материала			ОК 04., ОК 03., ОК 01., ОК 06., ОК 02., ЛР 14, ПК 3.3., ПК 3.1., ПК 3.2., ЛР 38, ЛР 32, ЛР 40
	1 <b>Лекционные занятия №11</b> Оценка бренда и его юридические аспекты	2	1	
	2 <b>Практическая подготовка №11</b> Оценка бренда и его юридические аспекты	4	2	
Тема 12 Управление портфелем брендов	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 06., ОК 03., ОК 04., ОК 02., ПК 3.3., ПК 3.1., ПК 3.2., ЛР 32, ЛР 14, ЛР 38, ЛР 40
	1 <b>Лекционные занятия №12</b> Управление портфелем брендов	4	1	
	2 <b>Практическая подготовка №12</b> Управление портфелем брендов	6	2	
Тема 13 Рекламное планирование	Содержание учебного материала			ОК 04., ОК 01., ОК 06., ЛР 14, ОК 03., ОК 02., ПК 3.3., ПК 3.1., ПК 3.2., ЛР 32, ЛР 38, ЛР 40
	1 <b>Лекционные занятия №13</b> Рекламное планирование	2	1	
	2 <b>Практическая подготовка №13</b> Рекламное планирование	4	2	
Тема 14 Упаковка как элемент бренда	Содержание учебного материала			ОК 04., ОК 01., ОК 06., ЛР 14, ЛР 32, ЛР 38, ОК 03., ОК 02., ПК 3.3., ЛР 40, ПК 3.1., ПК 3.2.
	1 <b>Лекционные занятия №14</b> Упаковка как элемент бренда	2	1	
	2 <b>Практическая подготовка №14</b> Упаковка как элемент бренда	4	2	
Тема 15 Промышленный брендинг	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 06., ЛР 14, ЛР 32, ОК 04., ОК 03., ОК 02., ПК 3.3., ПК 3.1., ПК 3.2., ЛР 38, ЛР 40
	1 <b>Лекционные занятия №15</b> Промышленный брендинг	2	1	
	2 <b>Практические занятия №1</b> Промышленный брендинг	2	2	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы	
Тема 16 Брендинг сферы услуг	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 06., ЛР 40, ОК 04., ОК 03., ОК 02., ПК 3.3., ПК 3.1., ПК 3.2., ЛР 14, ЛР 32, ЛР 38	
	1	Лекционные занятия №16 Брендинг сферы услуг	2		1
	2	Практические занятия №2 Брендинг сферы услуг	2		2
Тема 17 Персональный бренд	Содержание учебного материала			ОК 04., ОК 03., ОК 02., ПК 3.3., ПК 3.1., ПК 3.2., ЛР 32, ЛР 38, ОК 01., ОК 06., ЛР 14, ЛР 40	
	1	Лекционные занятия №17 Персональный бренд	2		1
	2	Практические занятия №3 Персональный бренд	2		2
		Всего	102		

*Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:*

*1 - ознакомительный (ознакомление с ранее изученными объектами, свойствами);*

*2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);*

*3 - продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).*

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие помещения:**

Кабинет брендинга и бренд менеджмента  
Кабинет маркетинговых исследований  
Кабинет стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний:

1. плакаты по SMM-менеджменту (6 шт.)
2. плакаты по основам брендинга (7 шт.)
3. Стенды по рекламной деятельности (4 шт.)
4. плакаты по рекламной деятельности (5 шт.)
5. Парта ученическая (18 шт.)
6. стол (1 шт.)
7. стул (1 шт.)
8. доска (1 шт.)
9. Стеллаж с муляжами брендовых продуктов (1 шт.)

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

#### **3.2.1. Основные печатные издания**

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> (дата обращения: 22.01.2024). – Режим доступа: по подписке.

#### **3.2.2. 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> (дата обращения: 22.01.2024). – Режим доступа: по подписке.

### **3.2.3. Интернет-ресурсы**

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

## 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1. Образовательные результаты освоения образовательной программы учебной дисциплины, подлежащие проверке

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Умение		
уметь подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; обеспечивать качественное функционирование сайта; писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; преобразовывать требования заказчика в бриф; учитывать мнение заказчика при планировании РК.	умеет подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; обеспечивать качественное функционирование сайта; писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; преобразовывать требования заказчика в бриф; учитывать мнение заказчика при планировании РК.	Оценка выполнения практических заданий Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
уметь определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования	умеет определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования	Оценка выполнения практических заданий Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
уметь распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	умеет распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	Оценка выполнения практических заданий Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии

<b>Результаты обучения</b>	<b>Критерии оценки</b>	<b>Методы оценки</b>
уметь определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска и структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	умеет определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска и структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	Оценка выполнения практических заданий Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
уметь организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	умеет организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	Оценка выполнения практических заданий Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
уметь описывать значимость своей специальности и применять стандарты антикоррупционного поведения	умеет описывать значимость своей специальности и применять стандарты антикоррупционного поведения	Оценка выполнения практических заданий Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
уметь определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет и -разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.	умеет определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет и -разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.	Оценка выполнения практических заданий Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
уметь использовать поисковые системы интернета; использовать технологии поисково-контекстной рекламы; использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; конвертировать файлы в нужные форматы; использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; размещать рекламные материалы в социальных медиа; разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; определять эффективные офферы; создавать оригинальные и стильные логотипы; составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; создавать оригинальные, современные по стилю сайты; использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; повышать информационную наглядность сайтов; создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; доводить информацию заказчика до ЦА; использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.	умеет использовать поисковые системы интернета; использовать технологии поисково-контекстной рекламы; использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; конвертировать файлы в нужные форматы; использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; размещать рекламные материалы в социальных медиа; разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; определять эффективные офферы; создавать оригинальные и стильные логотипы; составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; создавать оригинальные, современные по стилю сайты; использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; повышать информационную наглядность сайтов; создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; доводить информацию заказчика до ЦА; использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.	Оценка выполнения практических заданий Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
Знание		
знать возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; структуру брифа и требования к нему	знать возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; структуру брифа и требования к нему	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад
знать сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; значимость профессиональной деятельности по специальности стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения	знает сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; значимость профессиональной деятельности по специальности стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад
знать актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности	знает актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
знать номенклатуру информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации; современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств	знает номенклатуру информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации; современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад
знать содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты	знает содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад
знать психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности	знает психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад
знать типы рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; способы разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет	знает типы рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; способы разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад
знать отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.	знает отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад

## 4.2. Матрица соответствия контрольно-оценочных средств образовательным результатам учебной дисциплины

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
Умение		
уметь подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; обеспечивать качественное функционирование сайта; писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; преобразовывать требования заказчика в бриф; учитывать мнение заказчика при планировании РК.	ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 06., ОК 04., ОК 03., ОК 02., ОК 01.	Задания к практической подготовке №7-13
уметь определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования	ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 06., ОК 04., ОК 03., ОК 02., ОК 01.	Задания к практической подготовке №7-11

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
уметь распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 06., ОК 04., ОК 03., ОК 02., ОК 01.	Задания к практической подготовке №1-7
уметь определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска и структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 06., ОК 04., ОК 03., ОК 02., ОК 01.	Задания к практической подготовке №3-6
уметь организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 06., ОК 04., ОК 03., ОК 02., ОК 01.	Задания к практической подготовке №12-13
уметь описывать значимость своей специальности и применять стандарты антикоррупционного поведения	ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 06., ОК 04., ОК 03., ОК 02., ОК 01.	Задания к практическим занятиям №1-3
уметь определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет и -разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.	ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 06., ОК 04., ОК 03., ОК 02., ОК 01.	Задания к практической подготовке №5-9
уметь использовать поисковые системы интернета; использовать технологии поисково-контекстной рекламы; использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; конвертировать файлы в нужные форматы; использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; размещать рекламные материалы в социальных медиа; разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; определять эффективные офферы; создавать оригинальные и стильные логотипы; составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; создавать оригинальные, современные по стилю сайты; использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; повышать информационную наглядность сайтов; создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; доводить информацию заказчика до ЦА; использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.	ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 06., ОК 04., ОК 03., ОК 02., ОК 01.	Задания к практической подготовке №5-9
<b>Знание</b>		
знать возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; структуру брифа и требования к нему	ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 06., ОК 04., ОК 03., ОК 02., ОК 01.	Вопросы на экзамен №37-43
знать сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; значимость профессиональной деятельности по специальности стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения	ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 06., ОК 04., ОК 03., ОК 02., ОК 01.	Вопросы на экзамен №37-43

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
знать актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности	ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 06., ОК 04., ОК 03., ОК 02., ОК 01.	Вопросы на экзамен №1-12
знать номенклатуру информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств	ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 06., ОК 04., ОК 03., ОК 02., ОК 01.	Вопросы на экзамен №13-21
знать содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты	ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 06., ОК 04., ОК 03., ОК 02., ОК 01.	Вопросы на экзамен №22-29
знать психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности	ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 06., ОК 04., ОК 03., ОК 02., ОК 01.	Вопросы на экзамен №30-36
знать типы рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; способы разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет	ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 06., ОК 04., ОК 03., ОК 02.	Вопросы на экзамен №44-50
знать отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.	ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 06., ОК 04., ОК 03., ОК 02.	Вопросы на экзамен №35-47

Задание к практическим занятиям по дисциплине «Основы брендинга» для обучающихся по специальности 42.02.01 «Реклама». Вопросы к экзамену для обучающихся по специальности 42.02.01 «Реклама».