

**ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СТАВРОПОЛЬСКИЙ МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»**

**ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

для обучающихся специальности

42.02.01 Реклама

Аннотация

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, 42.02.01 Реклама (ITHub) утверждённым приказом Минобрнауки России от 21.07.2023 г. №552 и в соответствии с учебным планом СмК специальности 42.02.01 Реклама, утверждённым директором колледжа Кандауровой Н.В. на 2024 - 2025 учебный год.

Организация-разработчик: Частное образовательное учреждение профессионального образования "Ставропольский многопрофильный колледж".

Разработчики:

1. Абидова Саратина Айтековна

Рассмотрено и рекомендовано на заседании кафедры Экономики и туризма
Протокол №5 от 15.01.2024
Заведующий кафедрой Абидова Саратина Айтековна

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности **42.02.01 Реклама, 42.02.01 Реклама (ITHub) в части освоения основного вида деятельности (ВД) ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий и соответствующие общие, профессиональные компетенции.**

1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
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;

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование профессиональных компетенций
ВД	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.
ПК 3.3.	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

1.1.3. Перечень личностных результатов

Код	Наименование личностных результатов
ЛР 38	Обладающий востребованными надпрофессиональными компетенциями: инновационностью, креативностью, предприимчивостью, коммуникативностью, солидарностью, эффективностью.
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;

1.2. Цели и задачи модуля - требования к результатам освоения модуля

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

Знание:

- знать типы рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет;
- знать методики рекламного планирования;
- знать важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей;
- знать методики и инструменты для проведения маркетингового исследования;
- знать методы и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития;
- знать способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентно среды;
- знать важность учета пожеланий заказчика при разработке, при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей;
- возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; виды сайтов, их возможности и варианты применения;
- 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;
- важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна, рекламных носителей и стратегий в сети Интернет;
- возможные траектории профессионального развития и самообразования, основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности;
- содержание актуальной нормативно-правовой документации, современная научная и профессиональная терминология;
- 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;
- номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности и приемы структурирования информации;
- структуру плана для решения задач, порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;
- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях и методы работы в профессиональной и смежных сферах;
- правила разработки бизнес-планов, порядок выстраивания презентации,

кредитные банковские продукты;

- типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.;

- 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.;

Умение:

- уметь определять ключевые цели рекламной кампании;

- уметь преобразовывать требования заказчика в бриф;

- уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи;

- уметь производить качественные аналитические исследования рынка;

- уметь использовать поисковые системы интернета;

- уметь производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;

- уметь разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг;

- 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.;

- 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;

- осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; преобразовывать требования заказчика в бриф; учитывать мнение

заказчика при планировании РК;

- 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;

- определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет;

- 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;

- 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;

- определять задачи для поиска информации и необходимые источники информации; планировать процесс поиска и структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации;

- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника);

- выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия и определять необходимые ресурсы;

- 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;

- оценивать практическую значимость результатов поиска, а также оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач;

- 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;

- использовать поисковые системы интернета, технологии поисково-контекстной рекламы, системы размещения контекстно-медийной рекламы, специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;

Иметь практический опыт:

- выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет;
- выявления основных и второстепенных конкурентов;
- планирования системы маркетинговых коммуникаций;
- структуры и базовых принципов рекламного сообщения;
- проведения качественных аналитических исследований рынка;
- разработки стратегии маркетинговых коммуникаций;
- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды;
- структуры и базовых принципов рекламного сообщения; реализации рекламной кампании в сети Интернет;
- подбора и использования оффера; разработки рекламной кампании в сети Интернет;
- аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.;

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля

Всего - 203 час(-а, -ов), в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 203 час(-а, -ов), включая:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 203 час(-а, -ов)

2. СОДЕРЖАНИЕ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ПМ.03 ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Наименование разделов ПМ, МДК и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
МДК.03.01 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет		94		
Тема 1 Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в интернете	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 03., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 38, ОК 02., ПК 3.1., ЛР 7, ЛР 15
	1 Лекционные занятия №1 Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в интернете.	4	1	
	2 Практическая подготовка №1 Создать контент стратегию для личного бренда.	4	2	
	3 Лекционные занятия №2 Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов по контекстно-медийной стратегии продвижения в интернете.	2	1	
	4 Практическая подготовка №2 Провести исследование системы веб-аналитики. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».	4	2	
	5 Лекционные занятия №3 SEO. РСЯ. Email-маркетинг.	2	1	
	6 Практическая подготовка №3 Проведение работ по реализации стратегии продвижения в интернете.	4	2	
	7 Лекционные занятия №4 Классификация рекламы. SMM. Каналы распространения email-рассылки.	2	1	
	8 Практическая подготовка №4 Собрать базу подписчиков при помощи email-маркетинга	2	2	
	9 Практическая подготовка №5 Выявить более качественный инструмент в развитии сайта и онлайн-продвижения.	4	2	
	10 Лекционные занятия №5 Системы управления интернет-рекламой.	4	1	
	11 Лекционные занятия №6 Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».	2	1	
	12 Лекционные занятия №7 Согласование показателей эффективности и бюджета продвижения с заказчиком.	2	1	
	13 Практическая подготовка №6 Создать тематическое сообщество. Наполнить контентом.	4	2	
	14 Практическая подготовка №7 Определить влияние таргетированной рекламы на целевую аудиторию	4	2	
15 Практическая подготовка №8 Проанализировать, где лучше всего применяется email-маркетинг	4	2		

Наименование разделов ПМ, МДК и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Тема 2 Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 03., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 38, ОК 02., ПК 3.1., ЛР 7, ЛР 15
1	Лекционные занятия №8 Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории	2	1	
2	Лекционные занятия №9 Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз	2	1	
3	Лекционные занятия №10 Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в интернете	4	1	
4	Практическая подготовка №9 : Создание и размещение рекламных объявлений в социальных сетях.	4	2	
5	Практическая подготовка №10 Разработка стратегии проведения для рекламной кампании.	4	2	
6	Практическая подготовка №11 Разработка концепции стратегии для поисковых систем.	4	2	
7	Лекционные занятия №11 Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда	4	1	
8	Практическая подготовка №12 Настройка таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество. Кнопка Вступить.	4	2	
9	Практическая подготовка №13 Разработать концепцию продвижения личного бренда.	4	2	
10	Лекционные занятия №12 Размещение контекстно-медийных объявлений в сети интернет	2	1	
11	Лекционные занятия №13 Проведение аналитической справки конкурентов для реализации стратегии продвижения	2	1	
12	Практическая подготовка №14 Расчет стоимости перехода клиента. Формирование KPI.	4	2	
13	Лекционные занятия №14 Разработка инструментов коммуникации в социальных сетях	2	1	
14	Практическая подготовка №15 Составить бриф на разработку РК для таргетированной рекламы.	4	2	
Форма(-ы) контроля - 4 семестр, Дифференцированный зачет				
Всего по МДК.03.01 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет		94		

Наименование разделов ПМ, МДК и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы																																										
МДК.03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях		Тематическая и плановая я расчсво вкв не совпада ет (88 ш. ч. / 109тем. ч.)																																												
Тема 1 Курсовая работа	<p>Содержание учебного материала</p> <table border="1" data-bbox="544 603 1529 1145"> <tr> <td data-bbox="544 603 600 643">1</td> <td data-bbox="600 603 1529 643">Курсовая работа Выбор темы, составление плана курсовой работы.</td> <td data-bbox="1529 603 1630 643">2</td> <td data-bbox="1630 603 1731 643">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="544 643 600 683">2</td> <td data-bbox="600 643 1529 683">Курсовая работа Подбор источников и литературы.</td> <td data-bbox="1529 643 1630 683">2</td> <td data-bbox="1630 643 1731 683">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="544 683 600 722">3</td> <td data-bbox="600 683 1529 722">Курсовая работа Проверка введения.</td> <td data-bbox="1529 683 1630 722">2</td> <td data-bbox="1630 683 1731 722">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="544 722 600 778">4</td> <td data-bbox="600 722 1529 778">Курсовая работа Проверка теоретической части работы, а также выводов и предложений по результатам теоретического материала</td> <td data-bbox="1529 722 1630 778">2</td> <td data-bbox="1630 722 1731 778">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="544 778 600 834">5</td> <td data-bbox="600 778 1529 834">Курсовая работа Проверка практической части работы, а также выводов и предложений по результатам практического материала</td> <td data-bbox="1529 778 1630 834">2</td> <td data-bbox="1630 778 1731 834">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="544 834 600 890">6</td> <td data-bbox="600 834 1529 890">Курсовая работа Проверка проектной части работы, а также выводов и предложений по результатам практического материала</td> <td data-bbox="1529 834 1630 890">2</td> <td data-bbox="1630 834 1731 890">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="544 890 600 946">7</td> <td data-bbox="600 890 1529 946">Курсовая работа Проверка заключения. Проверка оформления списка использованных источников и приложений</td> <td data-bbox="1529 890 1630 946">2</td> <td data-bbox="1630 890 1731 946">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="544 946 600 1002">8</td> <td data-bbox="600 946 1529 1002">Курсовая работа Проверка оформления курсовой работы согласно методическим рекомендациям</td> <td data-bbox="1529 946 1630 1002">2</td> <td data-bbox="1630 946 1731 1002">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="544 1002 600 1042">9</td> <td data-bbox="600 1002 1529 1042">Курсовая работа Подготовка доклада и презентации к защите курсовой работы</td> <td data-bbox="1529 1002 1630 1042">2</td> <td data-bbox="1630 1002 1731 1042">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="544 1042 600 1082">10</td> <td data-bbox="600 1042 1529 1082">Курсовая работа Проведение предзащиты курсовой работы</td> <td data-bbox="1529 1042 1630 1082">2</td> <td data-bbox="1630 1042 1731 1082">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="544 1082 600 1145">11</td> <td data-bbox="600 1082 1529 1145">Курсовая работа Проведение защиты курсовой работы</td> <td data-bbox="1529 1082 1630 1145">1</td> <td data-bbox="1630 1082 1731 1145">2</td> </tr> </table>	1	Курсовая работа Выбор темы, составление плана курсовой работы.	2	2	2	Курсовая работа Подбор источников и литературы.	2	2	3	Курсовая работа Проверка введения.	2	2	4	Курсовая работа Проверка теоретической части работы, а также выводов и предложений по результатам теоретического материала	2	2	5	Курсовая работа Проверка практической части работы, а также выводов и предложений по результатам практического материала	2	2	6	Курсовая работа Проверка проектной части работы, а также выводов и предложений по результатам практического материала	2	2	7	Курсовая работа Проверка заключения. Проверка оформления списка использованных источников и приложений	2	2	8	Курсовая работа Проверка оформления курсовой работы согласно методическим рекомендациям	2	2	9	Курсовая работа Подготовка доклада и презентации к защите курсовой работы	2	2	10	Курсовая работа Проведение предзащиты курсовой работы	2	2	11	Курсовая работа Проведение защиты курсовой работы	1	2	ПК 3.3., ПК 3.1., ПК 3.2., ЛР 7, ЛР 15, ОК 01., ОК 03., ОК 02., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 38
1	Курсовая работа Выбор темы, составление плана курсовой работы.	2	2																																											
2	Курсовая работа Подбор источников и литературы.	2	2																																											
3	Курсовая работа Проверка введения.	2	2																																											
4	Курсовая работа Проверка теоретической части работы, а также выводов и предложений по результатам теоретического материала	2	2																																											
5	Курсовая работа Проверка практической части работы, а также выводов и предложений по результатам практического материала	2	2																																											
6	Курсовая работа Проверка проектной части работы, а также выводов и предложений по результатам практического материала	2	2																																											
7	Курсовая работа Проверка заключения. Проверка оформления списка использованных источников и приложений	2	2																																											
8	Курсовая работа Проверка оформления курсовой работы согласно методическим рекомендациям	2	2																																											
9	Курсовая работа Подготовка доклада и презентации к защите курсовой работы	2	2																																											
10	Курсовая работа Проведение предзащиты курсовой работы	2	2																																											
11	Курсовая работа Проведение защиты курсовой работы	1	2																																											

Наименование разделов ПМ, МДК и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Тема 2 Управление реализацией стратегии интернет-продвижения	Содержание учебного материала			ОК 01., ПК 3.3., ПК 3.1., ОК 03., ПК 3.2., ОК 02., ЛР 7, ЛР 15, ЛР 30, ЛР 33, ЛР 38
	1 Лекционные занятия №1 Области и стратегии применения цифрового маркетинга	4	1	
	2 Лекционные занятия №2 Этапы осуществления компаний.	2	1	
	3 Лекционные занятия №3 Формулирование целей цифрового маркетинга для компаний.	2	1	
	4 Лекционные занятия №4 E-mail- и вирусный маркетинг.	2	1	
	5 Практическая подготовка №1 Позиционирование бренда. Платформа	4	2	
	6 Лекционные занятия №5 Технологии привлечения посетителей на сайт	2	1	
	7 Практическая подготовка №2 Разработка уникального торгового предложения	4	2	
	8 Практическая подготовка №3 Продвижение нового товара с применением современных маркетинговых инструментов	4	2	
	9 Практическая подготовка №4 Визуальное оформление контента для личного бренда	4	2	
	10 Практическая подготовка №5 Разработать концепцию и план проведения рекламной и/или PR компании	2	2	
	11 Лекционные занятия №6 Инструменты и методы цифрового маркетинга.	2	1	
12 Лекционные занятия №7 Поведенческий таргетинг, матрица потребности	4	1		

Наименование разделов ПМ, МДК и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Тема 3 Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 03., ОК 02., ПК 3.3., ПК 3.1., ПК 3.2., ЛР 7, ЛР 15, ЛР 30, ЛР 33, ЛР 38
	1 Лекционные занятия №8 Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	2	1	
	2 Практическая подготовка №6 Внедрение основными инструментами для оценки эффективности рекламной кампании	4	2	
	3 Практическая подготовка №7 Разработка контентной составляющей для личного бренда	4	2	
	4 Лекционные занятия №9 Web Analytics - аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде.	2	1	
	5 Практическая подготовка №8 Использование методов проведения анализа эффективности маркетинговой активности в сети «Интернет»	4	2	
	6 Лекционные занятия №10 Принципы и практики реализации контекстной рекламы	2	1	
	7 Практическая подготовка №9 Создание email-рассылок: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические и ссылочные.	4	2	
	8 Лекционные занятия №11 Преимущества и недостатки отдельных форматов медийной рекламы; цели использования рекламодателями	2	1	
	9 Практическая подготовка №10 Оценка эффективности продвижения рекламного агентства	4	2	
	10 Лекционные занятия №12 Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга	2	1	
	11 Практическая подготовка №11 Стоимость одного подписчика. Конверсия сайта через таргет.	4	2	
	12 Лекционные занятия №13 Алгоритмы и результаты поискового продвижения.	2	1	
	13 Практическая подготовка №12 Выбор цели для настройки. 12 категорий Вконтакте. Создание тестового режима a/b тестирования. Создание креативов для рекламы.	4	2	
	14 Лекционные занятия №14 Процесс анализа внешней и внутренней оптимизации.	4	1	
	15 Практическая подготовка №13 Оптимизация meta-информации страницы	4	2	
16 Лекционные занятия №15 Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта	4	1		
Курсовая работа		1	1	ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02.
Форма(-ы) контроля - 4 семестр, Курсовая работа; 4 семестр, Экзамен; 4 семестр, Курсовая работа				

Наименование разделов ПМ, МДК и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Всего по МДК.03.02	Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	<u>Тематическая и плановая</u> <u>расчет не совпадает (88 ш. ч. / 109 тем. ч.)</u>		
Всего по ПМ.03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	203		

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 ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению профессионального модуля ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

Реализация МДК.03.01 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет предполагает наличие помещений:

Лаборатория сетей и систем передачи информации
Лаборатория электроники и схемотехники
Лаборатория программных и программно-аппаратных средств защиты информации
Лаборатория технических средств защиты информации
Полигон вычислительной техники
Полигон учебных баз практик
Методический кабинет
Кабинет для самостоятельной работы
Лаборатория компьютерной графики

- Стол компьютерный (9 шт.)
- стул (9 шт.)
- доска (1 шт.)
- Стенд средства цифровых коммуникационных технологий (3 шт.)
- плакаты по стратегии продвижения бренда в сети Интернет (3 шт.)
- плакаты по маркетингу в социальных сетях (2 шт.)
- плакаты по разработке и размещению рекламного контента (3 шт.)
- Рабочее место преподавателя, персональный компьютер с подключением к сети «Интернет» (1 шт.)
- Системный блок (9 шт.)
- Монитор (9 шт.)
- Клавиатура (9 шт.)
- Мультимедийное оборудование (видеопроектор, экран, колонки) (1 шт.)
- Мышь компьютерная (9 шт.)

Реализация МДК.03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях предполагает наличие помещений:

Лаборатория сетей и систем передачи информации
Лаборатория электроники и схемотехники
Лаборатория программных и программно-аппаратных средств защиты информации
Лаборатория технических средств защиты информации
Полигон вычислительной техники
Полигон учебных баз практик
Методический кабинет
Кабинет для самостоятельной работы
Лаборатория компьютерной графики

- Стол компьютерный (9 шт.)
- стул (9 шт.)
- доска (1 шт.)
- Стенд средства цифровых коммуникационных технологий (3 шт.)
- плакаты по стратегии продвижения бренда в сети Интернет (3 шт.)
- плакаты по маркетингу в социальных сетях (2 шт.)
- плакаты по разработке и размещению рекламного контента (3 шт.)
- Рабочее место преподавателя, персональный компьютер с подключением к сети «Интернет» (1 шт.)
- Системный блок (9 шт.)
- Монитор (9 шт.)
- Клавиатура (9 шт.)
- Мультимедийное оборудование (видеопроектор, экран, колонки) (1 шт.)
- Мышь компьютерная (9 шт.)

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение профессионального модуля

Перечень рекомендуемых учебных изданий и дополнительной литературы для **МДК.03.01 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет**:

Основная литература:

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 : электрон-ный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2096295>. – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. 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.

Информационные справочно-правовые системы и ресурсы:

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

Перечень рекомендуемых учебных изданий и дополнительной литературы для **МДК.03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях:**

Основная литература:

1. 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.

Дополнительная литература:

1. 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.

Информационные справочно-правовые системы и ресурсы:

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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

4.1. Таблица соответствия компетенций показателям оценки результата

Результаты (освоенные профессиональные и общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК		
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	- выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа.	
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;	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - осознанное планирование повышения квалификации.	
ПК		
ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике
ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	участников рекламной деятельности и их функции; - классификацию рекламы; - процесс рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - виды и формы рекламы, рекламные кампании с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - понятие и основы брендинга; - методы оценки эффективности рекламы.	
ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	- выстраивать каналы рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - работать с нормативными документами в области рекламы; - выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности с учетом стандартов компетенции «Реклама»	

4.2. Образовательные результаты освоения образовательной программы профессионального модуля, подлежащие проверке

Наименование образовательного результата	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результата
Знание		
знать типы рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет	знает типы рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад Защита курсовой работы

Наименование образовательного результата	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результата
знать методики рекламного планирования	знает методики рекламного планирования	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад Защита курсовой работы
знать важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей	знает важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад Защита курсовой работы
знать методики и инструменты для проведения маркетингового исследования	знает методики и инструменты для проведения маркетингового исследования	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад Защита курсовой работы
знать методы и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития	знает методы и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад Защита курсовой работы
знать способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентно среды	знает способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентно среды	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад Защита курсовой работы
знать важность учета пожеланий заказчика при разработке, при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей	знает важность учета пожеланий заказчика при разработке, при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад Защита курсовой работы
возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; виды сайтов, их возможности и варианты применения	знает возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; виды сайтов, их возможности и варианты применения	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад Защита курсовой работы
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	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	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад Защита курсовой работы
важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна, рекламных носителей и стратегий в сети Интернет	знает важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна, рекламных носителей и стратегий в сети Интернет	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад Защита курсовой работы
возможные траектории профессионального развития и самообразования, основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности	знает возможные траектории профессионального развития и самообразования, основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад Защита курсовой работы
содержание актуальной нормативно-правовой документации, современная научная и профессиональная терминология	знает содержание актуальной нормативно-правовой документации, современная научная и профессиональная терминология	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад Защита курсовой работы
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 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 Защита курсовой работы
номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности и приемы структурирования информации	знает номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности и приемы структурирования информации	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад Защита курсовой работы
структуру плана для решения задач, порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности	знает структуру плана для решения задач, порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад Защита курсовой работы

Наименование образовательного результата	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результата
алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях и методы работы в профессиональной и смежных сферах	алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях и методы работы в профессиональной и смежных сферах	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад Защита курсовой работы
правила разработки бизнес-планов, порядок выстраивания презентации, кредитные банковские продукты	знает правила разработки бизнес-планов, порядок выстраивания презентации, кредитные банковские продукты	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад Защита курсовой работы
типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; способов 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 Защита курсовой работы
требования к качественному функционированию сайтов; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;	знает требования к качественному функционированию сайтов; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;	Индивидуальный опрос Письменный опрос Фронтальный опрос Доклад Защита курсовой работы
отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; структуру брифа и требования к нему.	знает 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 Защита курсовой работы
Умение		
уметь определять ключевые цели рекламной кампании	умеет определять ключевые цели рекламной кампании	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
уметь преобразовывать требования заказчика в бриф	умеет преобразовывать требования заказчика в бриф	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи	умеет организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
уметь производить качественные аналитические исследования рынка	умеет производить качественные аналитические исследования рынка	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
уметь использовать поисковые системы интернета	умеет использовать поисковые системы интернета	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
уметь производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей	умеет производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
уметь разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг	умеет разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии

Наименование образовательного результата	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результата
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 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 заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
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	умеет 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	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; преобразовывать требования заказчика в бриф; учитывать мнение заказчика при планировании РК	умеет осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; преобразовывать требования заказчика в бриф; учитывать мнение заказчика при планировании РК	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
обеспечивать качественное функционирования 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	умеет обеспечивать качественное функционирования 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	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет	умеет определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
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 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 заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии

Наименование образовательного результата	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результата
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	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	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
определять задачи для поиска информации и необходимые источники информации; планировать процесс поиска и структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации	умеет определять задачи для поиска информации и необходимые источники информации; планировать процесс поиска и структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	умеет 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 заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия и определять необходимые ресурсы	умеет выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия и определять необходимые ресурсы	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
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	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	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
оценивать практическую значимость результатов поиска, а также оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач	умеет оценивать практическую значимость результатов поиска, а также оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
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	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	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
использовать поисковые системы интернета, технологии поисково-контекстной рекламы, системы размещения контекстно-медийной рекламы, специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий	умеет использовать поисковые системы интернета, технологии поисково-контекстной рекламы, системы размещения контекстно-медийной рекламы, специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
Иметь практический опыт		
выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет	демонстрация практического опыта выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии

Наименование образовательного результата	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результата
выявления основных и второстепенных конкурентов	демонстрация практического опыта выявления основных и второстепенных конкурентов	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
планирования системы маркетинговых коммуникаций	демонстрация практического опыта планирования системы маркетинговых коммуникаций	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
структуры и базовых принципов рекламного сообщения	демонстрация практического опыта структуры и базовых принципов рекламного сообщения	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
проведения качественных аналитических исследований рынка	демонстрация практического опыта проведения качественных аналитических исследований рынка;	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
разработки стратегии маркетинговых коммуникаций	демонстрация практического опыта разработки стратегии маркетинговых коммуникаций	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды	демонстрация практического опыта проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
структуры и базовых принципов рекламного сообщения; реализации рекламной кампании в сети Интернет	структуры и базовых принципов рекламного сообщения; реализации рекламной кампании в сети Интернет	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
подбора и использования оффера; разработки рекламной кампании в сети Интернет	имеет практический опыт подбора и использования оффера; разработки рекламной кампании в сети Интернет	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии
аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.	имеет практический опыт аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.	Оценка выполнения заданий к практической подготовке Экспертное наблюдение за работой обучающегося на занятии

4.3. Матрица соответствия контрольно-оценочных средств образовательным результатам профессионального модуля

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
Знание		
знать типы рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ОК 02., ПК 3.1., ЛР 7, ЛР 30, ЛР 33, ЛР 15, ЛР 38, ОК 01., ОК 03. (МДК.03.01);	Вопросы к дифференцированному зачёту №39-50 (МДК.03.01);

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
знать методики рекламного планирования	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ОК 02., ПК 3.1., ЛР 7, ЛР 30, ЛР 33, ЛР 15, ЛР 38, ОК 01., ОК 03. (МДК.03.01);	Вопросы к дифференцированному зачёту №19,20,23,26,28 (МДК.03.01);
знать важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ОК 02., ПК 3.1., ЛР 7, ЛР 30, ЛР 33, ЛР 15, ЛР 38, ОК 01., ОК 03. (МДК.03.01);	Вопросы к дифференцированному зачёту №4, 7, 14, 18, 20, 21 - 24 (МДК.03.01);
знать методики и инструменты для проведения маркетингового исследования	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ОК 02., ПК 3.1., ЛР 7, ЛР 30, ЛР 33, ЛР 15, ЛР 38, ОК 01., ОК 03. (МДК.03.01);	Вопросы к дифференцированному зачёту №2,4,6,11,13,15,21 (МДК.03.01);
знать методы и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ОК 02., ПК 3.1., ЛР 7, ЛР 30, ЛР 33, ЛР 15, ЛР 38, ОК 01., ОК 03. (МДК.03.01);	Вопросы к дифференцированному зачёту №3,5,8,10,13,17 (МДК.03.01);
знать способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентно среды	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ОК 02., ПК 3.1., ЛР 7, ЛР 30, ЛР 33, ЛР 15, ЛР 38, ОК 01., ОК 03. (МДК.03.01);	Вопросы к дифференцированному зачёту №1,7,9,11 (МДК.03.01);
знать важность учета пожеланий заказчика при разработке, при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ОК 02., ПК 3.1., ЛР 7, ЛР 30, ЛР 33, ЛР 15, ЛР 38, ОК 01., ОК 03. (МДК.03.01);	Вопросы к дифференцированному зачёту №26, 28, 29, 31, 33, 37, 38 (МДК.03.01);
возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; виды сайтов, их возможности и варианты применения	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Вопросы на экзамен №46-47 (МДК.03.02);
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	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Вопросы на экзамен №1-7 (МДК.03.02);
важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна, рекламных носителей и стратегий в сети Интернет	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Вопросы на экзамен №50 (МДК.03.02);
возможные траектории профессионального развития и самообразования, основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Вопросы на экзамен №33-38 (МДК.03.02);
содержание актуальной нормативно-правовой документации, современная научная и профессиональная терминология	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Вопросы на экзамен №29-32 (МДК.03.02);
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	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Вопросы на экзамен №24-28 (МДК.03.02);
номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности и приемы структурирования информации	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Вопросы на экзамен №18-23 (МДК.03.02);

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
структуру плана для решения задач, порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Вопросы на экзамен №13-17 (МДК.03.02);
алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях и методы работы в профессиональной и смежных сферах	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Вопросы на экзамен №8-12 (МДК.03.02);
правила разработки бизнес-планов, порядок выстраивания презентации, кредитные банковские продукты	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Вопросы на экзамен №39-42 (МДК.03.02);
типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Вопросы на экзамен №42-45 (МДК.03.02);
требования к качественному функционированию сайтов; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Вопросы на экзамен №44-47 (МДК.03.02);
отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; структуру брифа и требования к нему.	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Вопросы на экзамен №48-49 (МДК.03.02);
Умение		
уметь определять ключевые цели рекламной кампании	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ОК 02., ПК 3.1., ЛР 7, ЛР 30, ЛР 33, ЛР 15, ЛР 38, ОК 01., ОК 03. (МДК.03.01);	Задания к практической подготовке №8,13 (МДК.03.01);
уметь преобразовывать требования заказчика в бриф	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ОК 02., ПК 3.1., ЛР 7, ЛР 30, ЛР 33, ЛР 15, ЛР 38, ОК 01., ОК 03. (МДК.03.01);	Задания к практической подготовке №12 (МДК.03.01);
уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ОК 02., ПК 3.1., ЛР 7, ЛР 30, ЛР 33, ЛР 15, ЛР 38, ОК 01., ОК 03. (МДК.03.01);	Задания к практической подготовке №7-11 (МДК.03.01);
уметь производить качественные аналитические исследования рынка	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ОК 02., ПК 3.1., ЛР 7, ЛР 30, ЛР 33, ЛР 15, ЛР 38, ОК 01., ОК 03. (МДК.03.01);	Задания к практической подготовке №4-8 (МДК.03.01);
уметь использовать поисковые системы интернета	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ОК 02., ПК 3.1., ЛР 7, ЛР 30, ЛР 33, ЛР 15, ЛР 38, ОК 01., ОК 03. (МДК.03.01);	Задания к практической подготовке № 10, 15 (МДК.03.01);
уметь производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ОК 02., ПК 3.1., ЛР 7, ЛР 30, ЛР 33, ЛР 15, ЛР 38, ОК 01., ОК 03. (МДК.03.01);	Задания к практической подготовке №1-3 (МДК.03.01);
уметь разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ОК 02., ПК 3.1., ЛР 7, ЛР 30, ЛР 33, ЛР 15, ЛР 38, ОК 01., ОК 03. (МДК.03.01);	Задания к практической подготовке № 11, 14 (МДК.03.01);

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
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.	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Задания к практической подготовке №13 (МДК.03.02);
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	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Задания к практической подготовке №13 (МДК.03.02);
осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; преобразовывать требования заказчика в бриф; учитывать мнение заказчика при планировании РК	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Задания к практической подготовке №12 (МДК.03.02);
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	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Задания к практической подготовке №11 (МДК.03.02);
определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Задания к практической подготовке №9 (МДК.03.02);
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	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Задания к практической подготовке №8 (МДК.03.02);
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	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Задания к практической подготовке №7 (МДК.03.02);
определять задачи для поиска информации и необходимые источники информации; планировать процесс поиска и структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Задания к практической подготовке №4-5 (МДК.03.02);
владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Задания к практической подготовке №3 (МДК.03.02);

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия и определять необходимые ресурсы	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Задания к практической подготовке №2,3 (МДК.03.02);
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	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Задания к практической подготовке №1-2 (МДК.03.02);
оценивать практическую значимость результатов поиска, а также оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Задания к практической подготовке №6 (МДК.03.02);
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	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Задания к практической подготовке №10 (МДК.03.02);
использовать поисковые системы интернета, технологии поисково-контекстной рекламы, системы размещения контекстно-медийной рекламы, специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Задания к практической подготовке №12 (МДК.03.02);
Иметь практический опыт		
выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ОК 02., ПК 3.1., ЛР 7, ЛР 30, ЛР 33, ЛР 15, ЛР 38, ОК 01., ОК 03. (МДК.03.01);	Задания к практической подготовке №14 (МДК.03.01);
выявления основных и второстепенных конкурентов	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ОК 02., ПК 3.1., ЛР 7, ЛР 30, ЛР 33, ЛР 15, ЛР 38, ОК 01., ОК 03. (МДК.03.01); ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ОК 02., ПК 3.1., ЛР 7, ЛР 30, ЛР 33, ЛР 15, ЛР 38, ОК 01., ОК 03. (МДК.03.01);	Задания к практической подготовке №4,6 (МДК.03.01); Задания к практической подготовке №2,3 (МДК.03.01);
планирования системы маркетинговых коммуникаций	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ОК 02., ПК 3.1., ЛР 7, ЛР 30, ЛР 33, ЛР 15, ЛР 38, ОК 01., ОК 03. (МДК.03.01);	Задания к практической подготовке №7,9 (МДК.03.01);
структуры и базовых принципов рекламного сообщения	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ОК 02., ПК 3.1., ЛР 7, ЛР 30, ЛР 33, ЛР 15, ЛР 38, ОК 01., ОК 03. (МДК.03.01);	Задания к практической подготовке №15 (МДК.03.01);
проведения качественных аналитических исследований рынка	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ОК 02., ПК 3.1., ЛР 7, ЛР 30, ЛР 33, ЛР 15, ЛР 38, ОК 01., ОК 03. (МДК.03.01);	Задания к практической подготовке №6,8 (МДК.03.01);
разработки стратегии маркетинговых коммуникаций	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ОК 02., ПК 3.1., ЛР 7, ЛР 30, ЛР 33, ЛР 15, ЛР 38, ОК 01., ОК 03. (МДК.03.01);	Задания к практической подготовке №11,12 (МДК.03.01);

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ОК 02., ПК 3.1., ЛР 7, ЛР 30, ЛР 33, ЛР 15, ЛР 38, ОК 01., ОК 03. (МДК.03.01);	Задания к практической подготовке №1,5 (МДК.03.01);
структуры и базовых принципов рекламного сообщения; реализации рекламной кампании в сети Интернет	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Задания к практической подготовке № 10-13 (МДК.03.02);
подбора и использования оффера; разработки рекламной кампании в сети Интернет	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Задания к практической подготовке №5-9 (МДК.03.02);
аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ОК 03., ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1., ОК 01., ЛР 30, ЛР 33, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 38, ОК 02. (МДК.03.02);	Задания к практической подготовке №1-4 (МДК.03.02);