

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

**ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных
креативных решений и творческих материалов на основных рекламных
носителях**

для обучающихся специальности

42.02.01 Реклама (ITHub)

Аннотация

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях.

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 (ITHub), утверждённым директором колледжа Кандауровой Н.В. на 2025 - 2026 учебный год.

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

Разработчики:

1. Прохорова Ольга Владимировна

Рассмотрено и рекомендовано на заседании кафедры Экономики и туризма
Протокол №8 от 20.05.2025
Заведующий кафедрой Абидова Саратина Айтековна

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.04 СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ СООБЩЕНИЙ, ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И ТВОРЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ

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.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях и соответствующие общие, профессиональные компетенции.**

1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ОК 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование профессиональных компетенций
ВД	
ПК 4.1.	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.
ПК 4.2.	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

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:

Личностный:

- Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и

видах деятельности. Мотивированный на постоянный профессиональный рост. Использующий информационные технологии в профессиональной деятельности;

- Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности;

- Обладающий востребованными надпрофессиональными компетенциями: инновационностью, креативностью, предприимчивостью, коммуникативностью, солидарностью, эффективностью.;

- Умеющий осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта Умеющий выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта Владеющий опытом выявления требований целевых групп потребителей и принимающий решения, направленные на продвижение рекламного продукта Владеющий контролем соответствия продукции требованиям рекламодателя;

- Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа».;

Знание:

- 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;

- номенклатура 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;

- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; отраслевую терминологию; требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; технологии воздействия на аудиторию при применении визуальных и текстовых материалов в социальных сетей и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам. отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при планировании

рекламной кампании;

- 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;

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

Умение:

- 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;

- 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);

- определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс поиска; 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;

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

- использовать поисковые системы интернета использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; доводить

информацию заказчика до ЦА; использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество. использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.;

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля

Всего - 36 час(-а, -ов), в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 36 час(-а, -ов), включая:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 36 час(-а, -ов)

2. СОДЕРЖАНИЕ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ПМ.04 СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ СООБЩЕНИЙ, ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И ТВОРЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ

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.04.01 Контент-маркетинг		36		
Тема 1 Основы контент-маркетинга	Содержание учебного материала			ОК 04., ОК 09., ОК 01., ОК 02., ПК 4.2., ПК 4.1.
	1 Лекционные занятия №1 Понятие, цели и задачи контент-маркетинга	2	1	
	2 Практическая подготовка №1 Понятие, цели и задачи контент-маркетинга Типы контента. Отличие контент-маркетинга от других форматов интернет-маркетинга. Плюсы и минусы контент-маркетинга	2	2	
	3 Лекционные занятия №2 Типы контента	2	1	
	4 Лекционные занятия №3 Сообщества в социальных медиа как базовый инструмент контент-маркетинга	2	1	
	5 Лекционные занятия №4 Базовые принципы работы с целевой аудиторией	2	1	
	6 Практическая подготовка №2 Сообщества в социальных медиа как базовый инструмент контент-маркетинга. Целевая аудитория, и ее изучение. Базовые принципы работы с целевой аудиторией	2	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 Инструменты контент-маркетинга	Содержание учебного материала			ОК 09., ОК 01., ОК 02., ОК 04., ПК 4.2., ПК 4.1.
	1 Лекционные занятия №5 Инструменты контент-маркетинга	2	1	
	2 Практическая подготовка №3 Инструменты контент-маркетинга. Виды видеоконтента. Процесс разработки и создания видеоконтента. Преимущества видеоконтента перед другими форматами	2	2	
	3 Лекционные занятия №6 Процесс разработки и создания видеоконтента. Преимущества видеоконтента перед другими форматами.	2	1	
	4 Лекционные занятия №7 Текстовой контент. «Ядерный» контент.	2	1	
	5 Практическая подготовка №4 Текстовой контент . Особенности создания текстового контента	2	2	
	6 Практическая подготовка №5 «Ядро» и виды целевой аудитории. «Ядерный» контент	2	2	
	7 Лекционные занятия №8 Разработка контент-стратегии	2	1	
	8 Практическая подготовка №6 Виды и цели контент-стратегии	2	2	
	9 Лекционные занятия №9 Разработка контент-стратегии	2	1	
	10 Практическая подготовка №7 Оценка эффективности контента	2	2	
	11 Практическая подготовка №8 Эффективность контент-маркетинга по этапам воронки продаж	2	2	
	12 Практическая подготовка №9 Эффективность контент-маркетинга по этапам воронки продаж	2	2	
Форма(-ы) контроля - 2 семестр, Дифференцированный зачет				
Всего по МДК.04.01 Контент-маркетинг		36		
Всего по ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях		36		

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.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

Реализация МДК.04.01 Контент-маркетинг предполагает наличие помещений:

Лаборатория информационного обеспечения профессиональной деятельности;

Лаборатория информационных технологий в профессиональной деятельности;

Лаборатория информатики и информационных технологий

- Доска (1 шт.)
- Стол (20 шт.)
- Стул (20 шт.)
- Персональные компьютеры, объединенные в локальную сеть, с подключением к сети «Интернет» (16 шт.)
- Клавиатура (16 шт.)
- Компьютерная мышь (16 шт.)
- Монитор (16 шт.)

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение профессионального модуля

Перечень рекомендуемых учебных изданий и дополнительной литературы для **МДК.04.01 Контент-маркетинг**:

Основная литература:

1. Рыжиков, С. Н., Маркетинг в рекламе + eПриложение : учебник / С. Н. Рыжиков. — Москва : КноРус, 2023. — 228 с. — ISBN 978-5-406-11146-8. — URL: <https://book.ru/book/948602>. — Текст : электронный.

Дополнительная литература:

1. Попкова, Е. Г., Маркетинг в рекламе : учебник / Е. Г. Попкова, Е. А. Родина, А. В. Боговиз. — Москва : КноРус, 2024. — 178 с. — ISBN 978-5-406-11835-1. — URL: <https://book.ru/book/950121>. — Текст : электронный.

Информационные справочно-правовые системы и ресурсы:

1. ЭБС <https://znanium.com>
2. 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		о п р о с , решение задач
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	опрос, решение задач	
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	опрос, решение задач	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	опрос, решение задач	
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	опрос, решение задач	
ПК		о п р о с , решение задач
ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	опрос, решение задач	
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	опрос, решение задач	

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

Наименование образовательного результата	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результата
Личностный		
Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности. Мотивированный на постоянный профессиональный рост. Использующий информационные технологии в профессиональной деятельности	Опрос	Опрос
Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности	Опрос	Опрос
Обладающий востребованными надпрофессиональными компетенциями: инновационностью, креативностью, предприимчивостью, коммуникативностью, солидарностью, эффективностью.	Опрос	Опрос
Умеющий осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта Умеющий выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта Владеющий опытом выявления требований целевых групп потребителей и принимающий решения, направленные на продвижение рекламного продукта Владеющий контролем соответствия продукции требованиям рекламодателя	Опрос	Опрос
Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа».	Опрос	Опрос
Знание		

Наименование образовательного результата	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результата
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	Фронтальный опрос	Фронтальный опрос Выполнение практических заданий
номенклатура 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	Решение практических заданий	Фронтальный опрос Выполнение практических заданий
виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; отраслевую терминологию; требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам. отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании	Выполнение практических заданий	Фронтальный опрос Выполнение практических заданий
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	Устный и письменный опрос	Фронтальный опрос Выполнение практических заданий
типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет. 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. 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.	Решение практических заданий	Фронтальный опрос Выполнение практических заданий
Умение		
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	Выполнение практических заданий	Решение практических заданий
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)	Опрос	Решение практических заданий
определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс поиска; 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	Решение практических заданий	Решение практических заданий

Наименование образовательного результата	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результата
определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет, 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, 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.	Решение практических заданий	Решение практических заданий
использовать поисковые системы интернета использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; доводить информацию заказчика до ЦА; использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество. использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.	Решение практических задач	Решение практических заданий

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

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
Личностный		
Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности. Мотивированный на постоянный профессиональный рост. Использующий информационные технологии в профессиональной деятельности	ПК 4.2., ПК 4.1., ОК 09., ОК 04., ОК 02., ОК 01. (МДК.04.01);	Вопросы на экзамен №1-30 (МДК.04.01);
Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности	ПК 4.2., ПК 4.1., ОК 09., ОК 04., ОК 02., ОК 01. (МДК.04.01);	Задания к практическим занятиям №1-15 (МДК.04.01);
Обладающий востребованными надпрофессиональными компетенциями: инновационностью, креативностью, предприимчивостью, коммуникативностью, солидарностью, эффективностью.	ПК 4.2., ПК 4.1., ОК 09., ОК 04., ОК 02., ОК 01. (МДК.04.01);	Вопросы на экзамен №1-30 (МДК.04.01);

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
Умеющий осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта Умеющий выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта Владеющий опытом выявления требований целевых групп потребителей и принимающий решения, направленные на продвижение рекламного продукта Владеющий контролем соответствия продукции требованиям рекламодателя	ПК 4.2., ПК 4.1., ОК 09., ОК 04., ОК 02., ОК 01. (МДК.04.01);	Задания к практическим занятиям №16-29 (МДК.04.01);
Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа».	ПК 4.2., ПК 4.1., ОК 09., ОК 04., ОК 02., ОК 01. (МДК.04.01);	Задания к практическим занятиям №1-29, Вопросы на экзамен №1-30 (МДК.04.01);
Знание		
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 4.2., ПК 4.1., ОК 09., ОК 04., ОК 02., ОК 01. (МДК.04.01);	Задания к практическим занятиям №1-29 (МДК.04.01);
номенклатура 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 4.2., ПК 4.1., ОК 09., ОК 04., ОК 02., ОК 01. (МДК.04.01);	Задания к практическим занятиям №1-29 (МДК.04.01);
виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; отраслевую терминологию; требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам. отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании	ПК 4.2., ПК 4.1., ОК 09., ОК 04., ОК 02., ОК 01. (МДК.04.01);	Задания к практическим занятиям №1-29 (МДК.04.01);
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 4.2., ПК 4.1., ОК 09., ОК 04., ОК 02., ОК 01. (МДК.04.01);	Задания к практическим занятиям №1-29 (МДК.04.01);
типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет. 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. 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 4.2., ПК 4.1., ОК 09., ОК 04., ОК 02., ОК 01. (МДК.04.01);	Задания к практическим занятиям №1-29 (МДК.04.01);
Умение		
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	ПК 4.2., ПК 4.1., ОК 09., ОК 04., ОК 02., ОК 01. (МДК.04.01);	Задания к практическим занятиям №1-29 (МДК.04.01);
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 4.2., ПК 4.1., ОК 09., ОК 04., ОК 02., ОК 01. (МДК.04.01);	Задания к практическим занятиям №1-14 (МДК.04.01);

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
<p>определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс поиска; 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>ПК 4.2., ПК 4.1., ОК 09., ОК 04., ОК 02., ОК 01. (МДК.04.01);</p>	<p>Задания к практическим занятиям №15-29 (МДК.04.01);</p>
<p>определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет. 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. 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>ПК 4.2., ПК 4.1., ОК 09., ОК 04., ОК 02., ОК 01. (МДК.04.01);</p>	<p>Задания к практическим занятиям №1-29 (МДК.04.01);</p>
<p>использовать поисковые системы интернета использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; доводить информацию заказчика до ЦА; использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество. использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.</p>	<p>ПК 4.2., ПК 4.1., ОК 09., ОК 04., ОК 02., ОК 01. (МДК.04.01);</p>	<p>Задания к практическим занятиям №1-29 (МДК.04.01);</p>