

**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 2025 - 2026 учебный год.

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

Разработчики:

1. Следская Анна Алексеевна
2. 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.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 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 06.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
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 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 3.3.	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

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 принципы таргетинга;
- Знать основы таргетированной рекламы;
- Знать основы маркетинга и психологии;
- Знать правовые и этические нормы;

- Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях; Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.;

- Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам; Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

- Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;

- Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам; Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности; Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

- Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде; Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;

- Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного

поведения; Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.;

- Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам; Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.;

- Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

Умение:

- Анализ целевой аудитории и медиапланирование;

- Настройка рекламных кампаний;

- Создание рекламных материалов: копирайтинг и визуальный контент.

Базовые навыки работы с графическими и видео редакторами для создания и редактирования изображений и видео.;

- Работа с аналитикой и клиентоориентированность;

- Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.;

- Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.;

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

- Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.;

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля

Всего - 366 час(-а, -ов), в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 366 час(-а, -ов), включая:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 366 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 Таргетированная реклама		30		
Тема 1 Тема 1. Техника копирайтинга: сферы применения. Профессии в копирайтинге. Виды коммерческих текстов.	Содержание учебного материала 1 Лекционные занятия №1 Тема 1. Техника копирайтинга: сферы применения. Профессии в копирайтинге. Виды коммерческих текстов. 2 Практическая подготовка №1 1. Тема: Командная работа по осуществлению перехода к цифровой экономике	2 2	1 2	ОК 03., ОК 01., ОК 02., ПК 3.1.,
Тема 2 Тема 2. Структура продающего текста. Формулы продающих текстов.	Содержание учебного материала 1 Лекционные занятия №2 Тема 2. Структура продающего текста. Формулы продающих текстов. 2 Практическая подготовка №2 2. Тема: Влияние цифровых трендов на нашу жизнь	2 2	1 2	
Тема 3 Тема 3. Продуктовые описания. Как написать текст о продукте, который поможет его продать.	Содержание учебного материала 1 Лекционные занятия №3 Тема 3. Продуктовые описания. Как написать текст о продукте, который поможет его продать. 2 Практическая подготовка №3 3. Тема: Цифровой прорыв	2 2	1 2	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1.,
Тема 4 Тема 4. Текст продающего лендинга. Структура и основные экраны.	Содержание учебного материала 1 Лекционные занятия №4 Тема 4. Текст продающего лендинга. Структура и основные экраны. 2 Практическая подготовка №4 4. Тема: Оптимизация процесса с помощью платформы 3 Самостоятельная работа под руководством преподавателя Самостоятельная работа. Разработка продающего лендинга.	2 2 2	1 2 2	ОК 03., ПК 3.1., ОК 01., ОК 02.,
Тема 5 Тема 5. Промотексты: анонсы событий, конкурсов, промоакций.	Содержание учебного материала 1 Лекционные занятия №5 Тема 5. Промотексты: анонсы событий, конкурсов, промоакций. 2 Практическая подготовка №5 5. Тема: Цифровая трансформация на основе платформ	2 2	1 2	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1.
Тема 6 Тема 6. Имиджевые (презентационные) тексты.	Содержание учебного материала 1 Лекционные занятия №6 Тема 6. Имиджевые (презентационные) тексты. 2 Практическая подготовка №6 6. Тема: Опыт перехода на гос.платформы	2 2	1 2	ОК 03., ПК 3.1., ОК 01., ОК 02.

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 7 Тема 7. PR тексты: новости, пресс-релизы. Формула «перевернутой пирамиды».	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 03., ПК 3.1., ОК 02.
1	Лекционные занятия №7 Тема 7. PR тексты: новости, пресс-релизы. Формула «перевернутой пирамиды».	2	1	
2	Практическая подготовка №7 7. Тема: Эволюция управления экономикой	2	2	
Форма(-ы) контроля - 3 семестр, Дифференцированный зачет				
Всего по МДК.03.01 Таргетированная реклама		30		
ПП.03.01 Производственная практика (Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий)		70		
Тема 1 Производственная практика (Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий)	Содержание учебного материала			ОК 02., ОК 01., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3.
1	Практическая подготовка №1 Продвижение торговых марок в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	40	2	
2	Практическая подготовка №2 Продвижение брендов в среде Интернет	10	2	
Тема 2 Продвижение организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3.
1	Практическая подготовка №3 Продвижение торговых марок организаций в среде Интернет	10	2	
2	Практическая подготовка №4 Продвижение организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	10	2	
Форма(-ы) контроля - 4 семестр, Дифференцированный зачет				
Всего по ПП.03.01 Производственная практика (Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий)		70		
МДК.03.02 Брендинг. Методики		42		
Тема 1 Основы брендинг-методики	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 06., ОК 03., ОК 02., ПК 3.1., ПК 3.2.
1	Лекционные занятия №1 Брендинг. Методика создания и размещения рекламных объявлений в социальных сетях.	2	1	
2	Практическая подготовка №1 Брендинг. Методика создания и размещения рекламных объявлений в социальных сетях.	2	2	
3	Лекционные занятия №2 Разработка концепции стратегии для поисковых систем.	2	1	
4	Практическая подготовка №2 Разработка концепции стратегии для поисковых систем.	2	2	
5	Лекционные занятия №3 Разработка концепции продвижения личного бренда.	2	1	
6	Практическая подготовка №3 Разработка концепции продвижения личного бренда.	2	2	
7	Часы на контроль Разработка концепции продвижения личного бренда.	6	2	
8	Лекционные занятия №4 Расчет стоимости перехода клиента. Формирование KPI.	4	1	
9	Практическая подготовка №4 Расчет стоимости перехода клиента. Формирование KPI.	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 исследования системы веб-аналитики.	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 06., ОК 03., ОК 02., ПК 3.1., ПК 3.2.
	1 Лекционные занятия №5 Проведение исследования системы веб-аналитики.	4	1	
	2 Практическая подготовка №5 Проведение исследования системы веб-аналитики.	4	2	
	3 Лекционные занятия №6 Проведение аналитики в контекстной рекламе «Яндекс».	2	1	
	4 Практическая подготовка №6 Проведение аналитики в контекстной рекламе «Яндекс».	2	2	
	5 Лекционные занятия №7 Создание тематического сообщества. Наполнение контентом.	2	1	
	6 Практическая подготовка №7 Создание тематического сообщества. Наполнение контентом.	2	2	
Курсовая работа		1	1	ОК 06., ОК 03., ОК 02., ПК 3.1., ПК 3.2., ОК 01.
Форма(-ы) контроля - 4 семестр, Курсовая работа; 4 семестр, Экзамен				
Всего по МДК.03.02 Брендинг. Методики		42		
МДК.03.03 Брендинг. Стратегии		42		
Тема 1 Брендинг- стратегии. Разработка стратегии проведения для рекламной кампании.	Содержание учебного материала			ОК 04., ОК 01., ОК 03., ОК 02., ПК 3.1., ОК 06., ПК 3.2.
	1 Лекционные занятия №1 Брендинг- стратегии. Разработка стратегии проведения для рекламной кампании.	2	1	
	2 Практическая подготовка №1 Брендинг- стратегии. Разработка стратегии проведения для рекламной кампании.	2	2	
	3 Лекционные занятия №2 Настройка таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество. Кнопка Вступить.	2	1	
	4 Практическая подготовка №2 Настройка таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество. Кнопка Вступить.	2	2	
	5 Лекционные занятия №3 Составление бриф на разработку РК для таргетированной рекламы.	4	1	
	6 Практическая подготовка №3 Составление бриф на разработку РК для таргетированной рекламы.	4	2	
	7 Часы на контроль Составление бриф на разработку РК для таргетированной рекламы.	6	2	
	8 Лекционные занятия №4 Создание контента брендинг - стратегии для личного бренда.	4	1	
9 Практическая подготовка №4 Создание контента брендинг - стратегии для личного бренда.	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 Инструменты брендинг-стратегии	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 04., ОК 03., ОК 06., ПК 3.1., ОК 02., ПК 3.2.
	1 Лекционные занятия №5 Качественные инструменты в развитии сайта и онлайн-продвижения.	2	1	
	2 Практическая подготовка №5 Качественные инструменты в развитии сайта и онлайн-продвижения.	2	2	
	3 Лекционные занятия №6 Аналитика в контекстной рекламе «Яндекс».	2	1	
	4 Практическая подготовка №6 Аналитика в контекстной рекламе «Яндекс».	2	2	
	5 Лекционные занятия №7 Влияние таргетированной рекламы на целевую аудиторию	2	1	
	6 Практическая подготовка №7 Влияние таргетированной рекламы на целевую аудиторию	2	2	
Курсовая работа		1	1	ОК 04., ОК 01., ОК 03., ОК 02., ПК 3.1., ПК 3.2., ОК 06.
Форма(-ы) контроля - 4 семестр, Курсовая работа; 4 семестр, Экзамен				
Всего по МДК.03.03 Брендинг. Стратегии		42		
МДК.03.04 SMM-стратегии		28		
Тема 1 SMM Стратегии. Теоретико-методологические подходы к понятию продвижения в социальных сетях.	Содержание учебного материала			ОК 09., ОК 01., ОК 03., ПК 3.3., ОК 06., ОК 02.
	1 Лекционные занятия №1 Интернет, как основа для развития Socila media. Влияние воздействия социальных сетей на трансформацию мышления пользователей	2	1	
	2 Практическая подготовка №1 Интернет, как основа для развития Socila media. Влияние воздействия социальных сетей на трансформацию мышления пользователей	2	2	
	3 Лекционные занятия №2 История возникновения SMM-менеджмента Обзор социальных интернет-платформ	2	1	
	4 Практическая подготовка №2 История возникновения SMM-менеджмента Обзор социальных интернет-платформ	2	2	
	5 Лекционные занятия №3 Продвижения в социальных сетях (SMM): понятие, инструментарий	2	1	
	6 Практическая подготовка №3 Продвижения в социальных сетях (SMM): понятие, инструментарий	2	2	
	7 Лекционные занятия №4 Особенности продвижения СМИ в социальных сетях	2	1	
	8 Практическая подготовка №4 Особенности продвижения СМИ в социальных сетях	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 Критерии эффективности SMM Стратегии продвижения через социальные сети	Содержание учебного материала			OK 09., OK 01., OK 03., ПК 3.3., OK 06., OK 02.
	1 Лекционные занятия №5 Критерии эффективности SMM Стратегии продвижения через социальные сети	2	1	
	2 Практическая подготовка №5 Критерии эффективности SMM Стратегии продвижения через социальные сети	2	2	
	3 Лекционные занятия №6 Организация рекламных кампаний через социальные медиа. Цели и тактики SMM. Технологии и инструменты менеджмента при продвижении через социальные медиа. Этические вопросы при использовании инструментов SMM	4	1	
	4 Практическая подготовка №6 Организация рекламных кампаний через социальные медиа. Цели и тактики SMM. Технологии и инструменты менеджмента при продвижении через социальные медиа. Этические вопросы при использовании инструментов SMM	4	2	
Форма(-ы) контроля - 3 семестр, Дифференцированный зачет				
Всего по МДК.03.04 SMM-стратегии		28		
УП.03.01 Учебная практика (Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий)		70		
Тема 1 УП.03.01	Содержание учебного материала			OK 04., ПК 3.3., ПК 3.1., OK 06., OK 01., ПК 3.2., OK 05., OK 09., OK 03., OK 02.
	1 Практические занятия №1 УП.03.01 Учебная практика Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	40	2	
	2 Практические занятия №2 Продвижение торговых марок	10	2	
Тема 2 Продвижение брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	Содержание учебного материала			OK 01., OK 02., OK 03., OK 04., OK 05., OK 06., OK 09., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3.
	1 Практические занятия №3 Продвижение брендов в среде Интернет	10	2	
	2 Практические занятия №4 Продвижение организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	10	2	
Форма(-ы) контроля - 4 семестр, Дифференцированный зачет				
Всего по УП.03.01 Учебная практика (Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий)		70		
МДК.03.05 Основы контекстной рекламы		82		

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 1 Основы контекстной рекламы	Содержание учебного материала			ОК 02., ОК 01., ПК 3.3., ОК 05., ПК 3.2.
	1 Лекционные занятия №1 Интернет как коммуникативное пространство.	2	1	
	2 Практическая подготовка №1 Интернет как коммуникативное пространство.	2	2	
	3 Самостоятельная работа под руководством преподавателя Интернет как коммуникативное пространство.	2	2	
	4 Лекционные занятия №2 Понятие контекстной рекламы	2	1	
	5 Практическая подготовка №2 Понятие контекстной рекламы	2	2	
	6 Лекционные занятия №3 Рынок контекстной рекламы	2	1	
	7 Практическая подготовка №3 Рынок контекстной рекламы	2	2	
	8 Лекционные занятия №4 Виды контекстной рекламы	4	1	
	9 Практическая подготовка №4 Виды контекстной рекламы	4	2	
	10 Лекционные занятия №5 Типовые стратегии контекстных рекламных кампаний	4	1	
11 Практическая подготовка №5 Типовые стратегии контекстных рекламных кампаний	4	2		
Тема 2 Алгоритм и инструменты создания контекстной рекламы	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 05., ОК 02., ПК 3.3., ПК 3.2.
	1 Лекционные занятия №6 Алгоритм создания контекстной рекламы	4	1	
	2 Практическая подготовка №6 Алгоритм создания контекстной рекламы	4	2	
	3 Часы на контроль Алгоритм создания контекстной рекламы	6	2	
	4 Лекционные занятия №7 Инструменты для работы с контекстной рекламой	4	1	
	5 Практическая подготовка №7 Инструменты для работы с контекстной рекламой	4	2	
	6 Часы на контроль Инструменты для работы с контекстной рекламой	6	2	
	7 Лекционные занятия №8 Техническая настройка контекстной рекламы	4	1	
	8 Практическая подготовка №8 Техническая настройка контекстной рекламы	4	2	
	9 Лекционные занятия №9 Яндекс Директ как крупнейшая система контекстной рекламы в России.	4	1	
	10 Практическая подготовка №9 Яндекс Директ как крупнейшая система контекстной рекламы в России.	4	2	
	11 Лекционные занятия №10 Эффективность контекстной рекламы	4	1	
12 Практическая подготовка №10 Эффективность контекстной рекламы	4	2		
Форма(-ы) контроля - 4 семестр, Экзамен				
Всего по МДК.03.05 Основы контекстной рекламы		82		
Всего по ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий		366		

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 Таргетированная реклама предполагает наличие помещений:

Кабинет экономико-финансовых дисциплин и бухгалтерского учета,
Экономики и бухгалтерского учета,
Лаборатория учебный банк,
Лаборатория учебная бухгалтерия,
Кабинет основ финансовой грамотности

- Стулья (20 шт.)
- Стол (2 шт.)
- Доска поворотная (1 шт.)

Реализация ПП.03.01 Производственная практика (Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий) предполагает наличие помещений:

Кабинет проектно-сметного дела

- Стул (14 шт.)
- Стол (2 шт.)

Реализация МДК.03.02 Брендинг. Методики предполагает наличие помещений:

Кабинет проектно-сметного дела

- Стул (14 шт.)
- Стол (2 шт.)

Реализация МДК.03.03 Брендинг. Стратегии предполагает наличие помещений:

Кабинет проектно-сметного дела

- Стул (14 шт.)
- Стол (2 шт.)

Реализация МДК.03.04 SMM-стратегии предполагает наличие помещений:

Кабинет проектно-сметного дела

- Стул (14 шт.)
- Стол (2 шт.)

Реализация УП.03.01 Учебная практика (Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий) предполагает наличие помещений:

Кабинет проектно-сметного дела

- Стул (14 шт.)
- Стол (2 шт.)

Реализация МДК.03.05 Основы контекстной рекламы предполагает наличие помещений:

Кабинет проектно-сметного дела

- Стул (14 шт.)
- Стол (2 шт.)

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение профессионального модуля

Перечень рекомендуемых учебных изданий и дополнительной литературы для **МДК.03.01 Таргетированная реклама**:

Основная литература:

1. Социальная реклама в комплексе коммуникации : учебное пособие / Д. В. Бескромный, В. Л. Вайнер, Н. Ю. Гладких [и др.] ; под общ. ред. Г. Г. Николайшвили. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2025. - 374 с. – ISBN 978-5-394-05852-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2198446>

2. Шпаковский, В. О. Интернет-журналистика и интернет-реклама : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. В. Розенберг, Е. С. Егорова. - 2-е изд. - М. ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2025. - 248 с. - ISBN 978-5-9729-2608-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2226891>

Дополнительная литература:

1. Соколова, М. М. Технологии формирования имиджа, PR и реклама в социальной сфере : учебное пособие / М. М. Соколова ; Минобрнауки России, Казан. нац. исслед. технол. ун-т. - Казань : Изд-во КНИТУ, 2022. - 88 с. - ISBN 978-5-7882-3291-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2199383>

Информационные справочно-правовые системы и ресурсы:

1. Информационно-библиотечная система Знаниум - <http://znanium.com/>
2. ЭБС BOOK.ru - электронно-библиотечная система - <https://www.book.ru>

Перечень рекомендуемых учебных изданий и дополнительной литературы для **ПП.03.01 Производственная практика (Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий)**:

Основная литература:

1. Менеджмент в рекламе: язык. культура. цифровые технологии : монография / Е. С. Павлюк, Л. В. Павлюк, М. И. Григорян [и др.] ; под ред. Е. С. Павлюк. — Москва : Русайнс, 2023. — 103 с. — ISBN 978-5-466-02820-1. — URL: <https://book.ru/book/948902>— Текст : электронный.

2. SMM и SEO-технологии : Учебное пособие / Ю.П. Беленькая, А.Ю. Бережнов, А.С. Новикова, П.И. Срыбная — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2025. — 62 с. — URL: <https://book.ru/book/944386> — Текст : электронный.

Дополнительная литература:

1. Цифровой маркетинг : учебник / Д. В. Загулова, О. В. Гончарова, Н. Н. Грибок [и др.] ; под ред. Д. В. Загуловой, А. В. Аверина. — Москва : КноРус, 2024. — 485 с. — ISBN 978-5-406-12644-8. — URL: <https://book.ru/book/951960> — Текст : электронный.

Информационные справочно-правовые системы и ресурсы:

1. ЭБС book.ru

Перечень рекомендуемых учебных изданий и дополнительной литературы для **МДК.03.02 Брендинг. Методики:**

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/>

Перечень рекомендуемых учебных изданий и дополнительной литературы для **МДК.03.03 Брендинг. Стратегии:**

Основная литература:

1. Цифровой маркетинг : учебник / Д. В. Загулова, О. В. Гончарова, Н. Н. Грибок [и др.] ; под ред. Д. В. Загуловой, А. В. Аверина. — Москва : КноРус, 2024. — 485 с. — ISBN 978-5-406-12644-8. — URL: <https://book.ru/book/951960> — Текст : электронный.
2. 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/>

Перечень рекомендуемых учебных изданий и дополнительной литературы для **МДК.03.04 SMM-стратегии**:

Основная литература:

1. SMM и SEO-технологии : Учебное пособие / Ю.П. Беленькая, А.Ю. Бережнов, А.С. Новикова, П.И. Срыбная — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2024. — 63 с. — URL: <https://book.ru/book/944376> — Текст : электронный.

Дополнительная литература:

1. Цифровой маркетинг : учебник / Д. В. Загулова, О. В. Гончарова, Н. Н. Грибок [и др.] ; под ред. Д. В. Загуловой, А. В. Аверина. — Москва : КноРус, 2024. — 485 с. — ISBN 978-5-406-12644-8. — URL: <https://book.ru/book/951960> — Текст : электронный.

Информационные справочно-правовые системы и ресурсы:

1. ЭБС <https://znanium.com>
2. ЭБС <https://book.ru/>

Перечень рекомендуемых учебных изданий и дополнительной литературы для **УП.03.01 Учебная практика (Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий)**:

Основная литература:

1. ПРОГРАММА УП.03.01 Учебной практики
2. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
3. ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

4. Менеджмент в рекламе: язык. культура. цифровые технологии : монография / Е. С. Павлюк, Л. В. Павлюк, М. И. Григорян [и др.] ; под ред. Е. С. Павлюк. — Москва : Русайнс, 2023. — 103 с. — ISBN 978-5-466-02820-1. — URL: <https://book.ru/book/948902>— Текст : электронный.

5. SMM и SEO-технологии : Учебное пособие / Ю.П. Беленькая, А.Ю. Бережнов, А.С. Новикова, П.И. Срыбная — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 62 с. — URL: <https://book.ru/book/944386> — Текст : электронный.

Дополнительная литература:

1. Цифровой маркетинг : учебник / Д. В. Загулова, О. В. Гончарова, Н. Н. Грибок [и др.] ; под ред. Д. В. Загуловой, А. В. Аверина. — Москва : КноРус, 2024. — 485 с. — ISBN 978-5-406-12644-8. — URL: <https://book.ru/book/951960> — Текст : электронный.

Информационные справочно-правовые системы и ресурсы:

1. ЭБС book.ru

Перечень рекомендуемых учебных изданий и дополнительной литературы для **МДК.03.05 Основы контекстной рекламы:**

Основная литература:

1. Менеджмент в рекламе: язык. культура. цифровые технологии : монография / Е. С. Павлюк, Л. В. Павлюк, М. И. Григорян [и др.] ; под ред. Е. С. Павлюк. — Москва : Русайнс, 2023. — 103 с. — ISBN 978-5-466-02820-1. — URL: <https://book.ru/book/948902>— Текст : электронный. SMM и SEO-технологии : Учебное пособие / Ю.П. Беленькая, А.Ю. Бережнов, А.С. Новикова, П.И. Срыбная — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2024. — 62 с. — URL: <https://book.ru/book/944386> — Текст : электронный.

Дополнительная литература:

1. Цифровой маркетинг : учебник / Д. В. Загулова, О. В. Гончарова, Н. Н. Грибок [и др.] ; под ред. Д. В. Загуловой, А. В. Аверина. — Москва : КноРус, 2024. — 485 с. — ISBN 978-5-406-12644-8. — URL: <https://book.ru/book/951960> — Текст : электронный.

Информационные справочно-правовые системы и ресурсы:

1. ЭБС 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		выполнение и защита отчета по учебной практике
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	опрос, решение задач	
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;	выполнение и защита отчета по учебной практике	
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	опрос, решение задач	
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	опрос, решение задач	
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;	выполнение и защита отчета по учебной практике	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	выполнение и защита отчета по учебной практике	
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	выполнение и защита отчета по учебной практике	
ПК		опрос, решение задач
ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	защита отчета по учебной практике	
ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	опрос, решение задач	
ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	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
Знание		
знать принципы таргетинга	Классификация и глубокое понимание различных видов таргетинга: социально-демографический (пол, возраст, доход), географический, по интересам, поведенческий, психографический, а также ретаргетинг.	опрос, решение задач

Наименование образовательного результата	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результата
Знать основы таргетированной рекламы	Понимание ключевых понятий: что такое таргетированная реклама, цели и задачи, основные отличия от контекстной рекламы, преимущества и ограничения	опрос, решение задач
Знать основы маркетинга и психологии	Понимание основ маркетинга, воронки продаж, психологии потребителя и принципов влияния для создания эффективных рекламных сообщений.	опрос, решение задач
Знать правовые и этические нормы	Знание Федерального закона «О рекламе» и правил модерации рекламы на различных площадках.	опрос, решение задач
Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях; Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	защита отчета УП	опрос, решение задач
Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам; Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	опрос, решение задач	опрос, решение задач
Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	опрос	опрос, решение задач
Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам; Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности; Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	опрос, решение задач	опрос, решение задач
Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде; Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	опрос	опрос, решение задач
Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения; Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	опрос, решение задач	опрос, решение задач

Наименование образовательного результата	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результата
Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам; Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.	опрос	опрос, решение задач
Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	опрос, решение задач	опрос, решение задач
Умение		
Анализ целевой аудитории и медиапланирование	Уметь Проводить анализ целевой аудитории (ЦА), строить гипотезы, рассчитывать бюджет и прогнозировать ключевые показатели (KPI) рекламной кампании	опрос, решение задач
Настройка рекламных кампаний	Практически настраивать кампании в рекламных кабинетах: выбирать цели, настраивать аудитории, создавать креативы, устанавливать ставки и запускать показы	опрос, решение задач
Создание рекламных материалов: копирайтинг и визуальный контент. Базовые навыки работы с графическими и видео редакторами для создания и редактирования изображений и видео.	Готовность написать коротких, убедительных текстов и заголовков для объявлений. Умение работать с графическими и видео редакторами для создания и редактирования изображений и видео.	опрос, решение задач
Работа с аналитикой и клиентоориентированность	Устанавливать счетчики аналитики, анализировать эффективность кампаний, строить отчеты и проводить A/B-тестирования для оптимизации. Формировать брифы, общаться с заказчиками, аргументировать свои решения и отчитываться о результатах.	опрос, решение задач
Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	защита отчета ИП	опрос, решение задач
Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	опрос, выполнение практических заданий	опрос, решение задач
Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	защита отчета УП	опрос, решение задач
Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	опрос, решение задач	опрос, решение задач

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

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
Знание		
знать принципы таргетинга	ПК 3.1., ОК 03., ОК 02., ОК 01. (МДК.03.01);	Вопросы к дифференцированному зачёту №16-25 (МДК.03.01);
Знать основы таргетированной рекламы	ПК 3.1., ОК 03., ОК 02., ОК 01. (МДК.03.01);	Вопросы к дифференцированному зачёту №1-15 (МДК.03.01);
Знать основы маркетинга и психологии	ПК 3.1., ОК 03., ОК 02., ОК 01. (МДК.03.01);	Вопросы к дифференцированному зачёту №26-35 (МДК.03.01);
Знать правовые и этические нормы	ПК 3.1., ОК 03., ОК 02., ОК 01. (МДК.03.01);	Вопросы к дифференцированному зачёту №36-50 (МДК.03.01);
Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях; Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	ОК 09., ОК 06., ОК 05., ОК 04., ОК 03. (ПП.03.01); ОК 09., ОК 06., ОК 05., ОК 04. (УП.03.01);	Вопросы к дифференцированному зачёту №2-10 (ПП.03.01); Вопросы к квалификационному экзамену №1 (УП.03.01);
Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам; Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	ОК 02., ОК 01. (ПП.03.01); ОК 03., ОК 02., ОК 01. (УП.03.01); ОК 02., ОК 01. (МДК.03.05);	Вопросы к дифференцированному зачёту №1 (ПП.03.01); Вопросы к квалификационному экзамену №1 (УП.03.01); Задания к практическим занятиям №1-17, Вопросы на экзамен №1-20 (МДК.03.05);
Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	ОК 06. (МДК.03.02);	Вопросы на экзамен №1-20 (МДК.03.02);
Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам; Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности; Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	ОК 03., ОК 02., ОК 01. (МДК.03.02); ОК 03., ОК 02., ОК 01. (МДК.03.03);	Задания к практическим занятиям №1-9, Вопросы на экзамен №1-20 (МДК.03.02); Задания к практическим занятиям №1-9, Вопросы на экзамен №1-14 (МДК.03.03);
Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде; Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	ОК 06., ОК 04. (МДК.03.03);	Вопросы на экзамен №1-14 (МДК.03.03);
Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения; Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	ОК 09., ОК 06. (МДК.03.04);	Вопросы к дифференцированному зачёту №1-20 (МДК.03.04);

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам; Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.	ОК 03., ОК 02., ОК 01. (МДК.03.04);	Задания к практическим занятиям № 1 - 7, Вопросы к дифференцированному зачёту №1-20 (МДК.03.04);
Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	ОК 05. (МДК.03.05);	Задания к практическим занятиям №1-8 (МДК.03.05);
Умение		
Анализ целевой аудитории и медиапланирование	ПК 3.1., ОК 03., ОК 02., ОК 01. (МДК.03.01);	Задания к практической подготовке №1-5 (МДК.03.01);
Настройка рекламных кампаний	ПК 3.1., ОК 03., ОК 02., ОК 01. (МДК.03.01);	Задания к практической подготовке №6-10 (МДК.03.01);
Создание рекламных материалов: копирайтинг и визуальный контент. Базовые навыки работы с графическими и видео редакторами для создания и редактирования изображений и видео.	ПК 3.1., ОК 03., ОК 02., ОК 01. (МДК.03.01);	Задания к практической подготовке №11-15 (МДК.03.01);
Работа с аналитикой и клиентоориентированность	ПК 3.1., ОК 03., ОК 02., ОК 01. (МДК.03.01);	Задания к практической подготовке №16-25 (МДК.03.01);
Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	ПК 3.3., ПК 3.2., ПК 3.1. (ПП.03.01);	Вопросы к дифференцированному зачёту №11-15 (ПП.03.01);
Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	ПК 3.2., ПК 3.1. (МДК.03.02); ПК 3.2., ПК 3.1. (МДК.03.03);	Задания к практическим занятиям №1-9, Вопросы на экзамен №1-20 (МДК.03.02); Задания к практическим занятиям №1-9, Вопросы на экзамен №1-14 (МДК.03.03);
Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	ПК 3.3. (МДК.03.04); ПК 3.3. (УП.03.01);	Вопросы к дифференцированному зачёту №1-20 (МДК.03.04); Вопросы к квалификационному экзамену №3-20 (УП.03.01);
Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	ПК 3.2., ПК 3.1. (УП.03.01); ПК 3.3., ПК 3.2. (МДК.03.05);	Вопросы к квалификационному экзамену №2-15 (УП.03.01); Задания к практическим занятиям №1-17, Вопросы на экзамен №1-20 (МДК.03.05);