

Приложение

К ООП по специальности/профессии

**42.02.01 Реклама**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**МДК.03.01 Таргетированная реклама**

2025

Программу составили:

1. Следская Анна Алексеевна

Дисциплина: МДК.03.01 Таргетированная реклама

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.

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

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

Рассмотрено и рекомендовано на заседании кафедры Экономики и туризма

Протокол №8 от 20.05.2025

Заведующий кафедрой Абидова Саратина Айтековна

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## МДК.03.01 Таргетированная реклама

(наименование дисциплины)

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

Учебная дисциплина МДК.03.01 Таргетированная реклама является обязательной частью обязательной частью цикла основной образовательной программы в соответствии ФГОС «42.02.01 Реклама, 42.02.01 Реклама (ITHub)» по специальности. Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии общих компетенций (ОК), профессиональных компетенций (ПК):

1. ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
2. 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;
3. ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
4. ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

### 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ОК, ПК	Умения	Знания
ОК 01., ОК 03., ОК 02., ПК 3.1.	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	Знать основы таргетированной рекламы; Знать правовые и этические нормы; Знать основы маркетинга и психологии; знать принципы таргетинга

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем в часах</b>
Лекционные занятия	14
Самостоятельная работа под руководством преподавателя	2
Практическая подготовка	14
Общий объем образовательной программы учебной дисциплины, в том числе в форме практической подготовки	30
<b>Форма(-ы) контроля: Дифференцированный зачет</b>	

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины МДК.03.01 Таргетированная реклама

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Тема 1 Тема 1. Техника копирайтинга: сферы применения. Профессии в копирайтинге. Виды коммерческих текстов.	Содержание учебного материала 1. <b>Лекционные занятия №1</b> Тема 1. Техника копирайтинга: сферы применения. Профессии в копирайтинге. Виды коммерческих текстов. 2. <b>Практическая подготовка №1</b> 1. Тема: Командная работа по осуществлению перехода к цифровой экономике	2 2	1 2	, ОК 02., ПК 3.1., ОК 01., ОК 03.
Тема 2 Тема 2. Структура продающего текста. Формулы продающих текстов.	Содержание учебного материала 1. <b>Лекционные занятия №2</b> Тема 2. Структура продающего текста. Формулы продающих текстов. 2. <b>Практическая подготовка №2</b> 2. Тема: Влияние цифровых трендов на нашу жизнь	2 2	1 2	ОК 01., ОК 02., , ПК 3.1., ОК 03.
Тема 3 Тема 3. Продуктовые описания. Как написать текст о продукте, который поможет его продать.	Содержание учебного материала 1. <b>Лекционные занятия №3</b> Тема 3. Продуктовые описания. Как написать текст о продукте, который поможет его продать. 2. <b>Практическая подготовка №3</b> 3. Тема: Цифровой прорыв	2 2	1 2	, ПК 3.1., ОК 01., ОК 03., ОК 02.
Тема 4 Тема 4. Текст продающего лендинга. Структура и основные экраны.	Содержание учебного материала 1. <b>Лекционные занятия №4</b> Тема 4. Текст продающего лендинга. Структура и основные экраны. 2. <b>Практическая подготовка №4</b> 4. Тема: Оптимизация процесса с помощью платформы 3. <b>Самостоятельная работа под руководством преподавателя</b> Самостоятельная работа. Разработка продающего лендинга.	2 2 2	1 2 2	, ПК 3.1., ОК 01., ОК 03., ОК 02.
Тема 5 Тема 5. Промотексты: анонсы событий, конкурсов, промоакций.	Содержание учебного материала 1. <b>Лекционные занятия №5</b> Тема 5. Промотексты: анонсы событий, конкурсов, промоакций. 2. <b>Практическая подготовка №5</b> 5. Тема: Цифровая трансформация на основе платформ	2 2	1 2	, ПК 3.1., ОК 03., ОК 01., ОК 02.
Тема 6 Тема 6. Имиджевые (презентационные) тексты.	Содержание учебного материала 1. <b>Лекционные занятия №6</b> Тема 6. Имиджевые (презентационные) тексты. 2. <b>Практическая подготовка №6</b> 6. Тема: Опыт перехода на гос.платформы	2 2	1 2	, ПК 3.1., ОК 01., ОК 03., ОК 02.
Тема 7 Тема 7. PR тексты: новости, пресс-релизы. Формула «перевернутой пирамиды».	Содержание учебного материала 1. <b>Лекционные занятия №7</b> Тема 7. PR тексты: новости, пресс-релизы. Формула «перевернутой пирамиды». 2. <b>Практическая подготовка №7</b> 7. Тема: Эволюция управления экономикой	2 2	1 2	, ПК 3.1., ОК 01., ОК 03., ОК 02.
	Всего	30		

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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<sup>о</sup>», 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>

##### **3.2.2. Дополнительные источники**

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>

### **3.2.3. Интернет-ресурсы**

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

## 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Знание		
Знать основы таргетированной рекламы	Понимание ключевых понятий: что такое таргетированная реклама, цели и задачи, основные отличия от контекстной рекламы, преимущества и ограничения	Опрос
Знать правовые и этические нормы	Знание Федерального закона «О рекламе» и правил модерации рекламы на различных площадках.	Опрос
Знать основы маркетинга и психологии	Понимание основ маркетинга, воронки продаж, психологии потребителя и принципов влияния для создания эффективных рекламных сообщений.	Опрос
знать принципы таргетинга	Классификация и глубокое понимание различных видов таргетинга: социально-демографический (пол, возраст, доход), географический, по интересам, поведенческий, психографический, а также ретаргетинг.	Опрос
Умение		
Анализ целевой аудитории и медиапланирование	Уметь Проводить анализ целевой аудитории (ЦА), строить гипотезы, рассчитывать бюджет и прогнозировать ключевые показатели (KPI) рекламной кампании	Оценка решения практических заданий
Настройка рекламных кампаний	Практически настраивать кампании в рекламных кабинетах: выбирать цели, настраивать аудитории, создавать креативы, устанавливать ставки и запускать показы	Оценка решения практических заданий
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.	Оценка решения практических заданий
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.	Оценка решения практических заданий

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

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
Знание		
Знать основы таргетированной рекламы	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1.	Вопросы к дифференцированному зачёту №1-15
Знать правовые и этические нормы	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1.	Вопросы к дифференцированному зачёту №36-50
Знать основы маркетинга и психологии	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1.	Вопросы к дифференцированному зачёту №26-35
знать принципы таргетинга	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1.	Вопросы к дифференцированному зачёту №16-25
Умение		
Анализ целевой аудитории и медиапланирование	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1.	Задания к практической подготовке №1-5

<b>Результаты обучения</b>	<b>Коды компетенций</b>	<b>Фонды оценочных средств</b>
Настройка рекламных кампаний	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1.	Задания к практической подготовке №6-10
Создание рекламных материалов: копирайтинг и визуальный контент. Базовые навыки работы с графическими и видео редакторами для создания и редактирования изображений и видео.	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1.	Задания к практической подготовке №11-15
Работа с аналитикой и клиентоориентированность	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1.	Задания к практической подготовке №16-25

Вопросы к практической подготовке указаны в методических указаниях к практической подготовке по дисциплине Основы предпринимательства для обучающихся специальности "Реклама". Ставрополь, 2025  
Вопросы к самостоятельной работе указаны в методических указаниях к по дисциплине Основы предпринимательства для обучающихся специальности "Реклама". Ставрополь, 2025