

**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**

## 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, 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
2. Буга Дмитрий Александрович
3. Трофименко Светлана Александровна
4. Воробьева Лариса Викторовна

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 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 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 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 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

### 1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование профессиональных компетенций
ВД	
ПК 4.2.	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.
ПК 4.1.	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.
ПК 4.3.	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

## 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:

**Умение:**

- 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.;

- 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;

- 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 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;

- 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.;

- выполняет задания;

- 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; 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; подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; 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; создавать графические материалы рекламного характера; находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; создавать оригинальные, современные по стилю сайты; разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; повышать информационную наглядность сайтов; создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях;

- 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; 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;

### **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;

- 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.;

- 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;

- 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 сетей и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам. отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании;

- 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 с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; технические средства создания визуального

контента; возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; структуру брифа и требования к нему; важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов;

- 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 социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; технические средства создания визуального контента; возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; структуру брифа и требования к нему; важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.;

- 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 социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; технические средства создания визуального контента; возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей;

### **Личностный:**

- Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий

ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа».

- 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;

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

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

- Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности. Мотивированный на постоянный профессиональный рост. Используя информационные технологии в профессиональной деятельности;

### **Владение:**

- подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); поиска и подбора оригинального нейма и слогана; определения оригинальной идеи для рекламной кампании; подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК; оформления текстовых и графических документов; оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы;

- подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); поиска и подбора оригинального нейма и слогана; определения оригинальной идеи для рекламной кампании; подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов

визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК; оформления текстовых и графических документов; оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.;

- подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); поиска и подбора оригинального нейма и слогана; определения оригинальной идеи для рекламной кампании; подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК; оформления текстовых и графических документов; оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических;

#### **Иметь практический опыт:**

- Вопросы к зачету;

### **1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля**

Всего - 308 час(-а, -ов), в том числе:

самостоятельной работы обучающегося - 3 час(-а, -ов),

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 305 час(-а, -ов), включая:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 305 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 01., ОК 09., ОК 02., ПК 4.2., ПК 4.1.
	1 <b>Лекционные занятия №1</b> Понятие, цели и задачи контент-маркетинга	2	1	
	2 <b>Практическая подготовка №1</b> Понятие, цели и задачи контент-маркетинга Типы контента. Отличие контент-маркетинга от других форматов интернет-маркетинга. Плюсы и минусы контент-маркетинга	2	2	
	3 <b>Лекционные занятия №2</b> Типы контента	2	1	
	4 <b>Лекционные занятия №3</b> Сообщества в социальных медиа как базовый инструмент контент-маркетинга	2	1	
	5 <b>Лекционные занятия №4</b> Базовые принципы работы с целевой аудиторией	2	1	
	6 <b>Практическая подготовка №2</b> 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 04., ОК 01., ОК 09., ОК 02., 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		
МДК.04.02 Веб-дизайн		46		
Тема 1 веб-дизайн	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 Лекционные занятия №1 основы веб-дизайна	8	1	
	2 Практическая подготовка №1 основы веб дизайна	8	2	
	3 Практические занятия №1 разработка элементов проекта	2	2	
Тема 2 изучение методов и приемов веб-дизайна	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 Лекционные занятия №2 изучение методов и приемов веб-дизайна	4	1	
	2 Практическая подготовка №2 изучение методов и приемов веб-дизайна	2	2	
Тема 3 разработка проекта	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 Лекционные занятия №3 разработка проекта	8	1	
	2 Самостоятельная работа под руководством преподавателя разработка проекта	6	2	
	3 Практическая подготовка №3 разработка проекта	8	2	
Форма(-ы) контроля - 2 семестр, Дифференцированный зачет				

Наименование разделов ПМ, МДК и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Всего по МДК.04.02 Веб-дизайн		46		
УП.04.01 Учебная практика (Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях)		37		
Тема 1 1	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 <b>Практическая подготовка №1</b> Использование современных принципов, методов и приемов работы над дизайн проектом.	6	2	
Тема 2 1	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 <b>Практическая подготовка №2</b> Дизайн-проектирование. Основные стадии и организация процессов проектных работ.	6	2	
Тема 3 1	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 <b>Практическая подготовка №3</b> Сбор материала для выполнения индивидуального задания	6	2	
Тема 4 1	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 <b>Практическая подготовка №4</b> Имиджевый дизайн как актуальный вид дизайн-проектирования	6	2	
Тема 5 1	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 <b>Практическая подготовка №5</b> Выполнение и утверждение эскизов	6	2	
Тема 6 1	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 <b>Практическая подготовка №6</b> Выполнение композиционного единства и правильности масштабного изображения проекта	6	2	
Тема 7 1	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 <b>Самостоятельная работа №1</b> Оформление отчета и дневника практики	1	3	
Форма(-ы) контроля - 3 семестр, Дифференцированный зачет				
Всего по УП.04.01 Учебная практика (Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях)		37		
ПП.04.01 Производственная практика (Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях)		74		
Тема 1 1	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 <b>Практическая подготовка №1</b> Ознакомительный этап. Прибытие на предприятие. Прохождение техники безопасности работы на предприятии	6	2	
Тема 2 1	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 <b>Практическая подготовка №2</b> Знакомство с организационно-правовой структурой предприятия	6	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 3 1	Содержание учебного материала	6	2	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 <b>Практическая подготовка №3</b> Разработка концепции дизайнерского проекта			
Тема 4 1	Содержание учебного материала	6	2	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 <b>Практическая подготовка №4</b> Наброски , зарисовки будущего проекта			
Тема 5 1	Содержание учебного материала	6	2	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 <b>Практическая подготовка №5</b> Проектный анализ			
Тема 6 1	Содержание учебного материала	6	2	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 <b>Практическая подготовка №6</b> Методы стилизации дизайнерского проекта			
Тема 7 1	Содержание учебного материала	6	2	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 <b>Практическая подготовка №7</b> Выбор графических средств			
Тема 8 1	Содержание учебного материала	6	2	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 <b>Практическая подготовка №8</b> Методы трансформации дизайнерского проекта			
Тема 9 1	Содержание учебного материала	6	2	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 <b>Практическая подготовка №9</b> Создание эскиза проекта			
Тема 10 1	Содержание учебного материала	6	2	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 <b>Практическая подготовка №10</b> Макетирование			
Тема 11 1	Содержание учебного материала	6	2	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 <b>Практическая подготовка №11</b> Колористика			
Тема 12 1	Содержание учебного материала	6	2	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 <b>Практическая подготовка №12</b> Эргономическое обоснование дизайнерских проектов			
Тема 13 1	Содержание учебного материала	2	3	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 <b>Самостоятельная работа №1</b> Написание отчета о практике			
Форма(-ы) контроля - 3 семестр, Дифференцированный зачет				
Всего по ПП.04.01 Производственная практика (Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях)		74		
МДК.04.03 Видеосъемка и монтаж (Adobe Premiere)		42		

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 видеосъемки и монтажа	Содержание учебного материала			ОК 02., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 Лекционные занятия №1 основы видеосъемки и монтажа	2	1	
	2 Практическая подготовка №1 основы видеосъемки и монтажа	8	2	
Тема 2 видеосъемка	Содержание учебного материала			ОК 02., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 Лекционные занятия №2 видеосъемка	4	1	
	2 Практическая подготовка №2 видеосъемка	8	2	
Тема 3 монтаж	Содержание учебного материала			ОК 02., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 Лекционные занятия №3 монтаж	4	1	
	2 Практическая подготовка №3 монтаж	4	2	
	3 Самостоятельная работа под руководством преподавателя монтаж	6	2	
Тема 4 контроль	Содержание учебного материала			ОК 02., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 Часы на контроль контроль	6	2	
Форма(-ы) контроля - 2 семестр, Экзамен				
Всего по МДК.04.03 Видеосъемка и монтаж (Adobe Premiere)		42		
МДК.04.04 Дизайн в рекламной деятельности (Adobe Illustrator)		42		
Тема 1 лекция	Содержание учебного материала			ОК 02., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 Лекционные занятия №1 Векторная графика, общие сведения	2	1	
	2 Лекционные занятия №2 Средства для создания векторных изображений	2	1	
	3 Лекционные занятия №3 Цветовые схемы и их виды	2	1	
	4 Лекционные занятия №4 Базовые элементы дизайна	2	1	
	5 Лекционные занятия №5 Стилизация (упрощение)	2	1	

Наименование разделов ПМ, МДК и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Тема 2 Практические	Содержание учебного материала			ОК 02., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 <b>Практическая подготовка №1</b> Знакомство с программой Illustrator. Открытие и создание нового документа в Illustrator. Интерфейс рабочего стола	2	2	
	2 <b>Практическая подготовка №2</b> Знакомство с основной панелью инструментов программы Illustrator	2	2	
	3 <b>Практическая подготовка №3</b> Монтажные области	2	2	
	4 <b>Практическая подготовка №4</b> Комбинации клавиш. «Горячие клавиши»	2	2	
	5 <b>Практическая подготовка №5</b> Создание примитивов: многоугольник, звезда, линии	2	2	
	6 <b>Практическая подготовка №6</b> Работа с палитрой «Обработка контуров»	2	2	
	7 <b>Практическая подготовка №7</b> Создание логотипа из фигур	2	2	
	8 <b>Практическая подготовка №8</b> Создание пользовательских иконок	2	2	
	9 <b>Практическая подготовка №9</b> Создание силуэтов животных при помощи базовых фигур	2	2	
	10 <b>Практическая подготовка №10</b> Создание эффекта глубины и эффекта возвышенности	2	2	
Тема 3 часы на контроль	Содержание учебного материала			ОК 02., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 <b>Часы на контроль</b> Монтажные области	2	2	
	2 <b>Часы на контроль</b> Работа с палитрой «Обработка контуров»	2	2	
	3 <b>Часы на контроль</b> Создание логотипа из фигур	2	2	
	4 <b>Часы на контроль</b> Создание пользовательских иконок	2	2	
	5 <b>Часы на контроль</b> Создание силуэтов животных при помощи базовых фигур	2	2	
	6 <b>Часы на контроль</b> Создание эффекта глубины и эффекта возвышенности	2	2	
Форма(-ы) контроля - 2 семестр, Экзамен				
Всего по МДК.04.04 Дизайн в рекламной деятельности (Adobe Illustrator)		42		
МДК.04.05 UX/UI-дизайн		28		

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 UI-дизайн и UX-дизайн как сферы цифрового дизайна	Содержание учебного материала			ОК 02., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 Лекционные занятия №1 Сущность понятий UI-дизайна и UX-дизайна	2	1	
	2 Лекционные занятия №2 Основные тенденции развития современного дизайна	2	1	
	3 Лекционные занятия №3 Методы разработки идеи проекта цифрового продукта. Основы исследования пользовательского опыта	2	1	
	4 Лекционные занятия №4 Выбор визуального стиля web-проекта. Референсы и мудборды	2	1	
	5 Лекционные занятия №5 Основные инструменты и методы прототипирования. Модульные сетки	2	1	
	6 Практическая подготовка №1 Работа с модульными сетками	2	2	
	7 Практическая подготовка №2 Визуальная иерархия в web-дизайне	2	2	
	8 Практическая подготовка №3 Системы ведения проектов в web-дизайне	2	2	
	9 Лекционные занятия №6 Составление технического задания и проекта	2	1	
	10 Практическая подготовка №4 Landing page как web-проект	2	2	
	11 Практическая подготовка №5 Разработка портфолио web-дизайнера	2	2	
	12 Практическая подготовка №6 Разработка сайта-портфолио	2	2	
	13 Самостоятельная работа под руководством преподавателя Формальные методики оценки интерфейса	2	2	
14 Самостоятельная работа под руководством преподавателя Формальные методики оценки интерфейса	2	2		
Форма(-ы) контроля - 3 семестр, Дифференцированный зачет				
Всего по МДК.04.05 UX/UI-дизайн		28		
<b>Всего по ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях</b>		<b>308</b>		

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

- Стол (20 шт.)
- Доска (1 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.)

Реализация МДК.04.02 Веб-дизайн предполагает наличие помещений:

Кабинет компьютерного дизайна,

Лаборатория компьютерного дизайна,

Лаборатория разработки веб-приложений,

Студия инженерной и компьютерной графики,

Студия разработки дизайна веб-приложений

- Стул (16 шт.)
- Стол компьютерный (16 шт.)
- Доска поворотная (1 шт.)
- Мультимедийное оборудование (проектор, экран) (1 шт.)
- Мышь (16 шт.)
- Клавиатура (16 шт.)
- Монитор (16 шт.)
- Системный блок (16 шт.)

Реализация УП.04.01 Учебная практика (Создание ключевых вербальных и

визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях) предполагает наличие помещений:

#### Компьютерный класс

Кабинет информатики (компьютерные классы)

Лаборатория информационно-коммуникационных систем

Лаборатория управления проектной деятельностью

- Системный блок (15 шт.)
- Монитор (15 шт.)
- Клавиатура (15 шт.)
- Компьютерная мышь (15 шт.)
- стол преподавателя (1 шт.)
- Компьютерный стол (15 шт.)
- доска (1 шт.)
- стул (15 шт.)

Реализация ПП.04.01 Производственная практика (Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях) предполагает наличие помещений:

#### База практики

- Комплект оборудования для практики в соответствии с профессиональным модулем (1 шт.)

Реализация МДК.04.03 Видеосъемка и монтаж (Adobe Premiere) предполагает наличие помещений:

#### Кабинет компьютерного дизайна

Лаборатория разработки веб-приложений

- Проектор (1 шт.)
- Системный блок (16 шт.)
- Монитор (16 шт.)
- Компьютерная мышь (16 шт.)
- Клавиатура (16 шт.)

Реализация МДК.04.04 Дизайн в рекламной деятельности (Adobe Illustrator) предполагает наличие помещений:

Лекционная аудитория

- Проектор (1 шт.)

Реализация МДК.04.05 UX/UI-дизайн предполагает наличие помещений:

Кабинет турагентской и туроператорской деятельности,  
Кабинет географии туризма

- Стул (24 шт.)
- Стол (24 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/>

Перечень рекомендуемых учебных изданий и дополнительной литературы для **МДК.04.02 Веб-дизайн**:

Основная литература:

1. Шитов, В. Н., Графический дизайн и мультимедиа : учебное пособие / В. Н.

Шитов, К. Е. Успенский. — Москва : КноРус, 2025. — 331 с. — ISBN 978-5-406-14292-9. — URL: <https://book.ru/book/956947>

Дополнительная литература:

1. Сутуга, О. Н., Информационный дизайн и медиа : учебник / О. Н. Сутуга. — Москва : КноРус, 2025. — 290 с. — ISBN 978-5-406-14503-6. — URL: <https://book.ru/book/957284>

Информационные справочно-правовые системы и ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система Znanium.com
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU

Перечень рекомендуемых учебных изданий и дополнительной литературы для **УП.04.01 Учебная практика (Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях)**:

Основная литература:

1. Немцова, Т. И. Компьютерная графика и web-дизайн : учебное пособие / Т.И. Немцова, Т.В. Казанкова, А.В. Шнякин ; под ред. Л.Г. Гагариной. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2023. — 400 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0790-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1905248>

Дополнительная литература:

1. Архипова, Т.Н. Компьютерная графика : учебное пособие / Т. Н. Архипова, А. А. Кондратьева. - Москва : Издательство «Научный консультант», 2023. - 90 с. - ISBN 978-5-907692-23-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2179003>

Информационные справочно-правовые системы и ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система Znanium.com
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU

Перечень рекомендуемых учебных изданий и дополнительной литературы для **ПП.04.01 Производственная практика (Создание ключевых вербальных и**

**визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях):**

Основная литература:

1. Немцова, Т. И. Компьютерная графика и web-дизайн : учебное пособие / Т.И. Немцова, Т.В. Казанкова, А.В. Шнякин ; под ред. Л.Г. Гагариной. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2023. — 400 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0790-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1905248>

Дополнительная литература:

1. Архипова, Т.Н. Компьютерная графика : учебное пособие / Т. Н. Архипова, А. А. Кондратьева. - Москва : Издательство «Научный консультант», 2023. - 90 с. - ISBN 978-5-907692-23-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2179003>

Информационные справочно-правовые системы и ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система Znanium.com
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU

Перечень рекомендуемых учебных изданий и дополнительной литературы для **МДК.04.03 Видеосъемка и монтаж (Adobe Premiere):**

Основная литература:

1. Ткачева, Г. В., Оператор видеосъемки. Основы профессиональной деятельности : учебное пособие / Г. В. Ткачева, А. В. Петрова, Т. Е. Никвист. — Москва : КноРус, 2025. — 140 с. — ISBN 978-5-406-14272-1. — URL: <https://book.ru/book/956939>

Дополнительная литература:

1. Ивнинг, М. Adobe Photoshop Lightroom. Всеобъемлющее руководство для фотографов / М. Ивнинг, пер. с англ. М. А. Райтман. - Москва : ДМК Пресс, 2020. - 958 с. - ISBN 978-5-97060-771-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2045957>

Информационные справочно-правовые системы и ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система Znanium.com
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU

Перечень рекомендуемых учебных изданий и дополнительной литературы для **МДК.04.04 Дизайн в рекламной деятельности (Adobe Illustrator)**:

Основная литература:

1. Немцова, Т. И. Компьютерная графика и web-дизайн : учебное пособие / Т.И. Немцова, Т.В. Казанкова, А.В. Шнякин ; под ред. Л.Г. Гагариной. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2023. — 400 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0790-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1905248>

Дополнительная литература:

1. Архипова, Т.Н. Компьютерная графика : учебное пособие / Т. Н. Архипова, А. А. Кондратьева. - Москва : Издательство «Научный консультант», 2023. - 90 с. - ISBN 978-5-907692-23-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2179003>

Информационные справочно-правовые системы и ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система Znanium.com
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU

Перечень рекомендуемых учебных изданий и дополнительной литературы для **МДК.04.05 UX/UI-дизайн**:

Основная литература:

1. Шитов, В. Н., Графический дизайн и мультимедиа : учебное пособие / В. Н. Шитов, К. Е. Успенский. — Москва : КноРус, 2025. — 331 с. — ISBN 978-5-406-14292-9. — URL: <https://book.ru/book/956947>

Дополнительная литература:

1. Шитов, В. Н., Проектирование и разработка интерфейсов пользователя : учебное пособие / В. Н. Шитов, К. Е. Успенский. — Москва : КноРус, 2025. — 294 с. — ISBN 978-5-406-13754-3. — URL: <https://book.ru/book/955527>

Информационные справочно-правовые системы и ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система Znanium.com
2. Электронно-библиотечная система 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		Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта Зачет Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	Тесты Контрольная работа Эссе Индивидуальный опрос Фронтальный опрос Письменный опрос Ситуационные задачи Метод развивающейся кооперации (групповое решение задач с распределением ролей) Деловая игра (приближение к реальной производственной ситуации)	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области.	
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	Тесты Контрольная работа Эссе Индивидуальный опрос Фронтальный опрос Письменный опрос Ситуационные задачи Метод развивающейся кооперации (групповое решение задач с распределением ролей) Деловая игра (приближение к реальной производственной ситуации)	
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	- выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа.	
ОК 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;	Тесты Контрольная работа Эссе Индивидуальный опрос Фронтальный опрос Письменный опрос Ситуационные задачи Метод развивающейся кооперации (групповое решение задач с распределением ролей) Деловая игра (приближение к реальной производственной ситуации)	
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - осознанное планирование повышения квалификации	
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	Тесты Контрольная работа Эссе Индивидуальный опрос Фронтальный опрос Письменный опрос Ситуационные задачи Метод развивающейся кооперации (групповое решение задач с распределением ролей) Деловая игра (приближение к реальной производственной ситуации)	

Результаты (освоенные профессиональные и общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК		Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	Тесты Контрольная работа Эссе Индивидуальный опрос Фронтальный опрос Письменный опрос Ситуационные задачи Метод развивающейся кооперации (групповое решение задач с распределением ролей) Деловая игра (приближение к реальной производственной ситуации)	
ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	Тесты Контрольная работа Эссе Индивидуальный опрос Фронтальный опрос Письменный опрос Ситуационные задачи Метод развивающейся кооперации (групповое решение задач с распределением ролей) Деловая игра (приближение к реальной производственной ситуации)	
ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.	Тесты Контрольная работа Эссе Индивидуальный опрос Фронтальный опрос Письменный опрос Ситуационные задачи Метод развивающейся кооперации (групповое решение задач с распределением ролей) Деловая игра (приближение к реальной производственной ситуации)	

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

Наименование образовательного результата	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результата
Умение		

Наименование образовательного результата	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результата
<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>Решение практических заданий</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; 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</p>

Наименование образовательного результата	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результата
<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>Решение практических заданий</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; 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</p>
<p>распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p>	<p>Опрос</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; 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</p>
<p>определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею определять источники финансирования</p>	<p>Выполнение практических заданий</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; 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</p>

Наименование образовательного результата	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результата
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	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; 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
выполняет задания	выполняет задания	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; 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

Наименование образовательного результата	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результата
<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; 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; подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; 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; создавать графические материалы рекламного характера; находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; создавать оригинальные, современные по стилю сайты; разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; повышать информационную наглядность сайтов; создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.</p>	экзамен	<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; 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</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; 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</p>	экзамен	<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; 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</p>
Знание		

Наименование образовательного результата	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результата
<p>актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>Фронтальный опрос</p>	<p>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 социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; технические средства создания визуального контента; возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей</p>
<p>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.</p>	<p>Решение практических заданий</p>	<p>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 социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; технические средства создания визуального контента; возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей</p>
<p>содержание актуальной нормативно-правовой документации современная научная и профессиональная терминология возможные траектории профессионального развития и самообразования основы предпринимательской деятельности основы финансовой грамотности правила разработки бизнес-планов порядок выстраивания презентации кредитные банковские продукты</p>	<p>Устный и письменный опрос</p>	<p>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 социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; технические средства создания визуального контента; возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей</p>

Наименование образовательного результата	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результата
<p>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 сетей и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам. отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании</p>	<p>Выполнение практических заданий</p>	<p>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 социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; технические средства создания визуального контента; возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей</p>
<p>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</p>	<p>Решение практических заданий</p>	<p>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 социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; технические средства создания визуального контента; возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей</p>

Наименование образовательного результата	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результата
<p>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 социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; технические средства создания визуального контента; возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; структуру брифа и требования к нему; важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов</p>	<p>зачет</p>	<p>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 социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; технические средства создания визуального контента; возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей</p>
<p>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 социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; технические средства создания визуального контента; возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; структуру брифа и требования к нему; важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.</p>	<p>экзамен</p>	<p>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 социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; технические средства создания визуального контента; возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей</p>

Наименование образовательного результата	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результата
<p>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 социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; технические средства создания визуального контента; возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей</p>	<p>экзамен</p>	<p>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 социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; технические средства создания визуального контента; возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей</p>
<b>Личностный</b>		
<p>Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа».</p>	<p>Опрос</p>	<p>Опрос</p>
<p>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</p>	<p>Опрос</p>	<p>Опрос</p>
<p>Обладающий востребованными надпрофессиональными компетенциями: инновационностью, креативностью, предприимчивостью, коммуникативностью, солидарностью, эффективностью.</p>	<p>Опрос</p>	<p>Опрос</p>
<p>Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности</p>	<p>Опрос</p>	<p>Опрос</p>
<p>Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности. Мотивированный на постоянный профессиональный рост. Используемый информационные технологии в профессиональной деятельности</p>	<p>Опрос</p>	<p>Опрос</p>
<b>Владение</b>		



Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
Умение		
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 дизайнера 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.	ОК 01., ОК 02., ОК 04., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2. (МДК.04.01);	Задания к практическим занятиям № 1 - 2 9 (МДК.04.01);
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	ОК 01., ОК 02., ОК 04., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2. (МДК.04.01);	Задания к практическим занятиям № 15 - 2 9 (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)	ОК 01., ОК 02., ОК 04., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2. (МДК.04.01);	Задания к практическим занятиям № 1 - 1 4 (МДК.04.01);
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	ОК 01., ОК 02., ОК 04., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2. (МДК.04.01);	Задания к практическим занятиям № 1 - 2 9 (МДК.04.01);

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
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.	ОК 01., ОК 02., ОК 04., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2. (МДК.04.01);	Задания к практическим занятиям № 1 - 2 9 (МДК.04.01);
выполняет задания	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.2., ПК 4.3. (МДК.04.02); ОК 02., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3. (МДК.04.03);	Тест №1-30 (МДК.04.02); Задания к практическим занятиям № 1 - 1 5 (МДК.04.03);
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; 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; подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; обеспечивать качественное функционирования сайта; писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; создавать графические материалы рекламного характера; находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; создавать оригинальные, современные по стилю сайты; разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; повышать информационную наглядность сайтов; создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.	(УП.04.01); (ПП.04.01);	(УП.04.01); (ПП.04.01);
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; 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	ОК 02., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3. (МДК.04.04);	Вопросы на экзамен №1-50 (МДК.04.04);
<b>Знание</b>		
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	ОК 01., ОК 02., ОК 04., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2. (МДК.04.01);	Задания к практическим занятиям № 1 - 2 9 (МДК.04.01);

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
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.	ОК 01., ОК 02., ОК 04., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2. (МДК.04.01);	Задания к практическим занятиям № 1 - 2 9 (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	ОК 01., ОК 02., ОК 04., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2. (МДК.04.01);	Задания к практическим занятиям № 1 - 2 9 (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 сетей и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам. отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании	ОК 01., ОК 02., ОК 04., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2. (МДК.04.01);	Задания к практическим занятиям № 1 - 2 9 (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	ОК 01., ОК 02., ОК 04., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2. (МДК.04.01);	Задания к практическим занятиям № 1 - 2 9 (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 социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; технические средства создания визуального контента; возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; структуру брифа и требования к нему; важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов	(УП.04.01);	(УП.04.01);

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных 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 с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; технические средства создания визуального контента; возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; структуру брифа и требования к нему; важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.	(ПП.04.01);	(ПП.04.01);
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 социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; технические средства создания визуального контента; возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей	ОК 02., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3. (МДК.04.04);	Вопросы на экзамен №1-50 (МДК.04.04);
<b>Личностный</b>		
Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа».	ОК 01., ОК 02., ОК 04., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2. (МДК.04.01);	Вопросы на экзамен №1-30, Задания к практическим занятиям №1-29 (МДК.04.01);
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	ОК 01., ОК 02., ОК 04., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2. (МДК.04.01);	Задания к практическим занятиям №16-29 (МДК.04.01);
Обладающий востребованными надпрофессиональными компетенциями: инновационностью, креативностью, предприимчивостью, коммуникативностью, солидарностью, эффективностью.	ОК 01., ОК 02., ОК 04., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2. (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	ОК 01., ОК 02., ОК 04., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2. (МДК.04.01);	Задания к практическим занятиям №1-15 (МДК.04.01);
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	ОК 01., ОК 02., ОК 04., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2. (МДК.04.01);	Вопросы на экзамен №1-30 (МДК.04.01);
<b>Владение</b>		

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); поиска и подбора оригинального нейма и слогана; определения оригинальной идеи для рекламной кампании; подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК; оформления текстовых и графических документов; оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы	(УП.04.01);	(УП.04.01);
подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); поиска и подбора оригинального нейма и слогана; определения оригинальной идеи для рекламной кампании; подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК; оформления текстовых и графических документов; оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.	(ПП.04.01);	(ПП.04.01);
подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); поиска и подбора оригинального нейма и слогана; определения оригинальной идеи для рекламной кампании; подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК; оформления текстовых и графических документов; оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических	ОК 02., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3. (МДК.04.04);	Вопросы на экзамен №1-50 (МДК.04.04);
<b>Иметь практический опыт</b>		
Вопросы к зачету	ОК 02., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3. (МДК.04.05);	Вопросы к дифференцированному зачёту № 1 - 2 5 (МДК.04.05);