

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАБАРДИНО-БАЛКАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Х.М. БЕРБЕКОВА»**

Колледж дизайна

СОГЛАСОВАНО

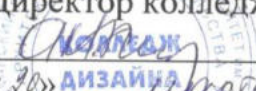
Генеральный директор Рекламного
агентства «Легко»

 Тришина О.О.
«21» марта 2025 г.



УТВЕРЖДАЮ

Директор колледжа дизайна КБГУ

 Канлов А.М.
«20» марта 2025 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И
ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ
КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Программа подготовки специалистов среднего звена

42.02.01 Реклама

Среднее профессиональное образование

Квалификация выпускника

Специалист по рекламе

Очная форма обучения

Нальчик, 2025

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) по специальности СПО 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21.07.2023 № 552, учебного плана по программе подготовки специалистов среднего звена 42.02.01 Реклама.

Разработчик: Макшаева А.Р., преподаватель колледжа дизайна

Рецензент: Тришина О.О., генеральный директор ООО Рекламное агентство «Легко»

Рабочая программа профессионального модуля рассмотрена и одобрена на заседании ЦК «Графический дизайн и дизайн среды»

Протокол № 6 от «19» марта 2025 года

Председатель ЦК


(подпись) Каширокова И.Е.

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	14
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	16

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

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля студент должен освоить основной вид деятельности «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

<i>Код</i>	<i>Наименование общих компетенций</i>
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 07.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 3	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий.
ПК 3.1	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 3.3	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет
	выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет
	постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.
	подбора и использования оффера
	разработки рекламной кампании в сети Интернет.
	структуры и базовых принципов рекламного сообщения
	реализации рекламной кампании в сети Интернет.
Уметь	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.
Знать	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.

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов – 314 часов,

в том числе в форме практической подготовки – 204 ч.,

Из них на освоение МДК – 195 ч.,

МДК 03.01 - 85,

МДК 03.02 – 110,

в том числе:

самостоятельная работа – 12 ч.

на практики - 108,

в том числе учебная – 36,

производственная – 72.

Промежуточная аттестация - 11 (проводится в форме экзамена).

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных и общих компетенций и ЦО, формированию которых способствует элемент программы	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Обучение по МДК					Практики	
				Всего	В том числе				В том числе	
					Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация	Учебная	Производственная
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>
ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	Раздел 1. Продвижение в сети Интернет.	85	46	85	36	X	4		36	
ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	Раздел 2. Запуск рекламной кампании в сети Интернет.	110	52	110	52	X	8			
	Учебная практика	36	36						36	
	Производственная практика, часов	72	72							72
	Промежуточная аттестация	11	2							
	Всего:	314	208	195	88	X	12	11	36	72

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	5
Раздел 1. Продвижение в сети Интернет		84	
МДК 03.01. Стратегии продвижения бренда в сети Интернет.		33/48	
Тема 1.1. Проведение аналитических работ для продвижения в сети Интернет	Содержание учебного материала	17/18	
	1. Цикл маркетинга. Важные характеристики аудитории. Реклама в основных источниках трафика. Цели продвижения. Составляющие коммуникации с заказчиком.	2	1
	2. Оформление и цель брифа. Продукт заказчика. Описание аудитории. Анализ сайта. Анализ конкурентов. Инструменты убеждения на сайте. Анализ социальных сетей.	3	
	3. Понятие аудитории. Таргетирование, сегментирование, предложение. Портрет пользователя. Отстройка от конкурентов через УТП и оффер. Позиционирование.	4	
	4. Определение ключевых показателей эффективности и их примеры. Воронка продаж и основные показатели.	4	
	5. Определение кликов и показов. Определение количества переходов. Конверсия и формулы расчета показателей.	4	
	В том числе лабораторных и практических занятий	18	

	Практическое занятие №1. Планирование маркетинговых активностей по продвижению в среде Интернет.	2	1,2
	Практическое занятие №2. Анализ продвижения в среде Интернет. Анализ контента сайта и поисковых запросов.	4	
	Практическое занятие №3. Разработка описания целевой аудитории. Получение данных о целевой аудитории. Анализ интересов пользователей.	4	
	Практическое занятие №4. Разработка офферов и УТП для целевых аудиторий. Разработка основных триггеров.	4	
	Практическое занятие №5. Работа с формулами расчета показателей воронки продаж. Построение расчетов кликов и показов.	4	
	Самостоятельная работа №1 Работа с формулами расчета показателей воронки продаж. Построение расчетов кликов и показов.	2	
Тема 1.2. Проведение подготовительных работ для продвижения в сети	Содержание учебного материала	14/28	
	1. Роль сайта в продвижении в среде Интернет. Основные виды сайтов. Этапы создания сайта. Типовая структура посадочной	2	
Интернет	страницы. Принципы эффективности сайта.		1,2
	2. Создание посадочной страницы. Дизайн страницы. Тренды дизайна страниц в среде Интернет. Меню страницы. Контент страницы.	2	
	3. Настройки посадочной страницы. Настройки меню, логотипа, кнопок. Настройка ссылок на социальные сети. Адаптация посадочной страницы под мобильные устройства.	2	
	4. Работа с заявками пользователей. Передача и прием данных на сайте. Настройка уведомлений.	2	
	5. Настройка платежной системы для сайта. Поисковая оптимизация сайта. Метатеги.	2	

	6. Создание сообщества в социальной сети ВКонтакте. Графическое оформление сообщества. Текстовое оформление сообщества.	2	
	7. Создание сообщества в мессенджере. Адаптация контента для мессенджера. Вовлечение подписчиков.	2	
	В том числе лабораторных и практических занятий	28	
	Практическое занятие №6. Составление структуры посадочной страницы. Разработка целевого действия и заголовка посадочной	4	1,2
	страницы.		1,2
	Практическое занятие №7. Создание посадочной страницы с помощью онлайн-конструктора. Добавление на сайт блога и меню.	6	
	Практическое занятие №8. Проработка технических аспектов запуска посадочной страницы.	6	
	Практическое занятие №9. Разработка текстового и графического оформления сообщества в социальной сети ВКонтакте.	6	
	Практическое занятие №10. Разработка интерактивного оформления сообщества в социальной сети ВКонтакте. Запуск сообщества.	6	
	Самостоятельная работа №2 Разработка интерактивного оформления сообщества в социальной сети ВКонтакте. Запуск сообщества.	2	1,2,3
	Дифференцированный зачет	2	
Учебная практика раздела 1 Виды работ		36	
1. Проведение аналитических работ для продвижения в сети Интернет.			
2. Проведение подготовительных работ для продвижения в сети Интернет.			
Раздел 2. Запуск рекламной кампании в сети Интернет		102	
МДК 03.02. Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.		50/52	

Тема 2.1. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет и новых медиа	Содержание учебного материала	20/28	
	1. Таргетированная реклама и ее особенности. Этапы создания таргетированной рекламы. Форматы размещения рекламы. Составляющие продающего текста. Составляющие креатива. Работа с креативными контент-платформами для таргетированной рекламы.	2	1,2
	2. Запуск таргетингов. Обзор рекламного кабинета. Цели и модели оплаты. Обзор настроек рекламного кабинета.	2	
	3. Парсинг аудиторий. Ретаргетинг. Создание пикселя.	2	1,2
	4. Контекстная реклама. Форматы, условия, ценообразование. Семантическое ядро.	2	
	5. UTM-метки. Рекламная кампания в Яндекс.Директе.	2	
	6. Настройка рекламной кампании в Яндекс.Директе.	2	
	7. Медийная реклама. Форматы и площадки для медийной рекламы. Запуск медийной рекламы и анализ ее эффективности.	4	
	8. Медиапланирование. Структура и формирование медиаплана.	4	
	В том числе лабораторных и практических занятий	28	
	Практическое занятие №11. Создание рекламных объявлений для VK Рекламы.	4	1,2
	Практическое занятие №12. Запуск и тестирование рекламной кампании для разных аудиторий.	4	
	Практическое занятие №13. Аналитика результатов продвижения рекламной кампании.	4	
	Практическое занятие №14. Подготовка сайта к запуску рекламы.	4	
	Практическое занятие №15. Сбор семантического ядра.	4	
	Практическое занятие №16. Создание поисковой рекламной кампании с семантическим ядром.	4	

	Практическое занятие №17. Создание рекламной кампании в рекламной сети Яндекса (РСЯ) с показом рекламы по запросам.	4	
	Самостоятельная работа №3 Создание рекламной кампании	4	1,2,3
Тема 2.2. Управление реализацией стратегии продвижения в сети Интернет	Содержание учебного материала	28/22	
	1. Контент-маркетинг. Контент-стратегия и контент-план.	4	1,2
	2. Внутренний ресурс распространения контента. Корпоративные и личные блоги. Внешний ресурс распространения контента. Социальные сети.	4	
	3. Поисковые системы. Алгоритмы работы поисковых систем.	4	
	4. Оптимизация сайта под требования поисковых систем.	4	
	5. Рассылки. Типы рассылок. Продающая рассылка.	4	
	6. Работа с UTM-метками. Счетчик Яндекс Метрики. Счетчик Google Analytics.	4	
	7. Виды анализа в Яндекс Метрике. Вебвизор в Яндекс Метрике.	4	
	В том числе лабораторных и практических занятий	22	
	Практическое занятие №18. Разработка контент-стратегии.	4	1,2
	Практическое занятие №19. Запуск рассылок. Проведение A/B-тестирования.	6	
	Практическое занятие №20. Создание счётчиков Яндекс Метрики и Google Analytics.	6	
	Практическое занятие №21. Использование стандартных отчётов, метрик и группировки счётчиков в Яндекс Метрике.	6	
	Самостоятельная работа №4 Создание счётчиков Яндекс Метрики и Google Analytics.	4	1,2,3
	Дифференцированный зачет	2	

Производственная практика раздела 2 Виды работ Виды работ 1. Проведение аналитических работ для продвижения в сети Интернет (по запросу заказчика). 2. Проведение подготовительных работ для продвижения в сети Интернет (по запросу заказчика). 3. Осуществление маркетинговых коммуникаций в сети Интернет и новых медиа (по запросу работодателя). 4. Управление реализацией стратегии продвижения в сети Интернет (по запросу работодателя)	72	
Итого по модулю	314	
Теоретические занятия	83	
Практические занятия	98	
Учебная практика	36	
Производственная практика	72	
Самостоятельная работа	12	
Промежуточная аттестация	11	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

- кабинеты стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, маркетинговых исследований, оснащенные необходимым для реализации программы учебной дисциплины оборудованием,
- техническими средствами обучения: проектор, компьютер, проекционный экран, аудио мониторы.
- лаборатория цифровых коммуникационных технологий;
- техническими средствами: компьютеры с лицензионным программным обеспечением, мультимедийное оборудование;
- площадка работодателя для проведения производственной практики – ООО
- Рекламное агентство «Легко».

3.2. Информационное обеспечение обучения

Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2024. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534- 16503-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536534> (дата обращения: 11.05.2024).

2. Реброва Н. П. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — М.: Юрайт, 2024. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536443> (дата обращения: 11.05.2024).

3. Поляков В.А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М.: Юрайт, 2024. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542275> (дата обращения: 11.05.2024).

4. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560243>

5. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 335 с. —

(Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568394>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Федеральный закон «О рекламе» № 38-ФЗ. - М.: ИНФРА-М, 2006.
2. Горнштейн, М. Ю. Современный маркетинг / М. Ю. Горнштейн. – 2-е изд.. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. – 404 с.
3. Горохов, М. М. Интернет-маркетинг: стратегия и виды / М. М. Горохов, Д. Е. Докучаев, А. Д. Трефилова // Социально-экономическое управление: теория и практика. – 2019. – № 1(36). – С. 21-24.
4. Гринько, О. И. Место и роль контент-маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций / О. И. Гринько // Современная экономическая наука: теоретический и практический потенциал. Инновационное развитие современного экономического образования : материалы Международной научно-практической конференции, Ярославль, 04 декабря 2019 года. – Ярославль: Общество с ограниченной ответственностью «Филигрань», 2020. – С. 43-49.
5. Гришкина, Ю. Э. Ключевые инструменты цифрового маркетинга на онлайн-платформе / Ю. Э. Гришкина // Хроноэкономика. – 2019. – № 2(15). – С. 188-194.
6. Гуриева, Л. К. Возможности интернет-маркетинга современной компании / Л. К. Гуриева, Г. Э. Батагов // Управление экономическими и социальными системами региона : Сборник научных трудов / Под редакцией С.Ф. Дзагоева. – Владикавказ : Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова, 2019. – С. 120-126.
7. Гюмюшлю, А. И. Методы продвижения с использованием Интернет-маркетинга / А. И. Гюмюшлю, Ж. Санду // Практический маркетинг : Материалы IV международной студенческой научно-практической конференции, Москва, 24 апреля 2019 года / Ответственный редактор И.Л. Сурат. – Москва: Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский экономический институт», 2019. – С. 356-363.

Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/15>
4. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>
5. Сайт о рекламном рынке adindex.ru;
6. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru ;
7. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru
8. Рекламный сайт "Advertising.ru"; <http://www.advertising.ru>
9. Сайт "Advertology.ru"; www.advertology.ru/
10. Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.cprrd.ru/>.

4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоённости компетенций)	Формы контроля и методы оценки
ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	-сформированность понимания логики и этапов подготовки рекламной кампании в интернете; -аргументированность, актуальность и осознанность предложений по планированию и реализации рекламных проектов в цифровой среде.	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	-актуальность, новизна и аргументированность предложений по планированию кампании и расчету эффективности ее проведения. – осознанность проектирования коммуникационных кампаний в интернете.	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	- Новизна и оригинальность рекламных интернет-кампаний; - точность и полнота оценки интернет-продвижения; – адекватность методов оптимизации интернет-ресурсов с целью привлечения большего числа интернет-клиентов.	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в

		ходе проведения производственной практики.
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.	Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Устные выступления с Презентацией Защита проектов Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации	Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях,

в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях		оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении 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	- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей. - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе.	Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий; Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК.05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе; Экспертное наблюдение за выполнением работ. Результаты выполнения индивидуальных домашних

	социального и культурного контекста.	заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	- сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности; - определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности; - соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; - определение путей обеспечения ресурсосбережения; - выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях; - соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса.	Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
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	Экспертное наблюдение за выполнением работ; Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации; Кейс-метод; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	<i>Актуализирована</i>	Протокол заседания ЦК ____ № ____ от ____ 20__ года	
2.		Протокол заседания ЦК ____ № ____ от ____ 20__ года	
3.		Протокол заседания ЦК ____ № ____ от ____ 20__ года	