

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

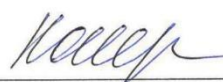
КОЛЛЕДЖ ДИЗАЙНА

УТВЕРЖДАЮ
Директор колледжа дизайна КБГУ
 Канлоев А.М.
«10» марта 2025 г.

**Методические рекомендации по выполнению практических работ
по дисциплине
ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет
средствами цифровых коммуникационных технологий
Для специальности 42.02.01 Реклама**

**Рассмотрен и одобрен на заседании ЦК
«Графический дизайн и дизайн среды»
Протокол №6 от « 19 » марта 2025 г.**

Председатель ЦК

 Каширокова И.Е.
(подпись)

Нальчик 2025

1. Общие положения

Методические указания по выполнению практических работ по ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий предназначены для обучающихся по специальности 42.02.01 Реклама. Общий объем времени, отведенного на практические работы, составляет 98 часов.

Практическая работа — это вид учебной деятельности, направленный на формирование практических умений и навыков.

Целью практической работы студентов является:

- закрепление теоретических знаний.
- получение практических навыков применения полученных знаний.
- развитие творческого мышления.

2 Перечень компетенций, формируемых в процессе выполнения практических заданий:

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля 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.

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

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.

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 правовой и 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.

3. Содержание практических работ.

МДК 03.01 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет

Тема 1.1 Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в Интернете

1. Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории.
2. Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз.
3. Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в Интернете.
4. Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда.
5. Размещение контекстно-медийных объявлений в сети Интернет.
6. Проведение аналитической справки конкурентов для реализации стратегии продвижения.
7. Разработка инструментов коммуникации в социальных сетях.

Практическая работа №1. Создание и размещение рекламных объявлений в социальных сетях.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить специфику создания и размещения рекламных объявлений в социальных сетях.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

По заданным параметрам создать 3 различных рекламных объявления (тематика определяется преподавателем) и разместить в социальных сетях ВКонтакте и Телеграм.

Практическая работа №2. Разработка концепции стратегии для поисковых систем.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить основы разработки концепции стратегии для поисковых систем.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

На основании теоретического материала Темы 1.1. разработать 5 различных концепций стратегий, представленных ниже:

стратегия «Быстрый трафик»;

стратегия «Закрепление позиций»;

стратегия «Лидер»;

стратегия «eCommerce»;

стратегия «Брендинг».

Практическая работа №3. Разработка стратегии проведения рекламной кампании в социальных сетях.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить основы разработки стратегии проведения для рекламной кампании в социальных сетях.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

На основании теоретического материала Темы 1.1. разработать стратегию проведения для рекламной кампании в социальных сетях (условия определяются преподавателем).

Практическая работа №4. Настройка таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество. Кнопка Вступить.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить особенности настройки таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

На основании теоретического материала Темы 1.1. и пошаговыми инструкциями

настроить таргетинг в ВКонтакте и в Яндекс Директ.

Практическая работа №5. Сделать сегмент ЦА (отдельно для мужчин, отдельно для женщин). Подключить к сайту Яндекс. Метрику.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить особенности сегментирования ЦА и подключения Яндекс.Метрики.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

Произвести сегментирования целевой аудитории по заданным параметрам. Подключить к сайту Яндекс.Метрику.

Практическая работа №6. Разработать концепцию продвижения личного бренда.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить основы разработки концепции продвижения личного бренда.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

На основании теоретического материала Темы 1.1. разработать концепцию продвижения личного бренда с помощью SEO, таргетинга и социальных сетей.

Практическая работа №7. Расчёт стоимости перехода клиента. Формирование KPI.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: научиться рассчитывать стоимость перехода клиента, ознакомиться с особенностями формирования KPI.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

Рассчитать стоимость перехода клиента в РСЯ. Ознакомиться со спецификой формирования КРІ.

Тема 1.2 Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в Интернете

1. Составление отчётов по реализации стратегии поискового продвижения в интернете. Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов по контекстно-медийной стратегии продвижения в интернете.
2. SEO. РСЯ. Email-маркетинг. Проведение работ по реализации стратегии продвижения в интернете.
3. Классификация рекламы. SMM. Каналы распространения email-рассылки.
4. Согласование показателей эффективности и бюджета продвижения с заказчиком.

Практическая работа №8. Создать контент стратегию для личного бренда. Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: научиться создавать контент-стратегию для личного бренда. Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

На основании теоретического материала Темы 1.2. создавать контент- стратегию для личного бренда.

Практическая работа №9. Провести исследование системы веб-аналитики. Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить специфику системы веб-аналитики. Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

Ознакомиться со спецификой систем веб-аналитики.

Практическая работа №10. Выявить более качественный инструмент в развитии сайта и онлайн-продвижения.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить специфику развития сайта и онлайн- продвижения.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

На основании теоретического материала Темы 1.2. провести качественный анализ инструментов развития сайта и онлайн-продвижения.

Практическая работа №11. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить особенности аналитики в контекстной рекламе «Яндекс».

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».

Практическая работа №12. Создать тематическое сообщество. Наполнить контентом.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить основы создания тематического сообщества.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

На основании теоретического материала Темы 1.2. создать тематическое сообщество и наполнить его контентом.

Практическая работа №13. Определить влияние таргетированной рекламы на целевую аудиторию.

Работа рассчитана на 2 часа.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

Изучить методику анализа таргетированной рекламы.

Практическая работа №14. Проведение анализа эффективности применения email-маркетинга.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: ознакомиться со спецификой email-маркетинга. Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

Познакомиться со спецификой email-маркетинга, провести сравнительный анализ его эффективности для реализации различных категорий товаров/услуг.

Практическая работа №15. Собрать базу подписчиков для email-маркетинга.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить способы увеличения базы подписчиков при помощи email-маркетинга.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

Изучить способы увеличения базы подписчиков для email-маркетинга.

Выбрать наиболее релевантные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Задание для контрольной работы №1

Вариант I

- 1.Описать специфику поиска ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории.
- 2.Описать специфику проведения работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз.
- 3.Описать специфику оптимизации SEO для повышения популярности сайта в Интернете.

Вариант II

- 1.Назвать основы составления контекстно-медийного плана продвижения личного бренда.
- 2.Назвать основы размещения контекстно-медийных объявлений в сети Интернет.
- 3.Описать специфику проведения аналитической справки конкурентов для реализации стратегии продвижения.

Вариант III

- 1.Описать особенности разработки инструментов коммуникации в социальных сетях.
- 2.Назвать основы создания и размещения рекламных объявлений в социальных сетях.
- 3.Назвать основы разработки концепции стратегии для поисковых систем.

Вариант IV

- 1.Назвать основы разработки стратегии проведения рекламной кампании в социальных сетях.
- 2.Описать специфику настройки таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество.
- 3.Перечислить методы расчёта стоимости перехода клиента. Назвать основы формирования KPI.

Задание для контрольной работы №2 Вариант I

- 1.Описать специфику SEO.
- 2.Описать специфику создания контент-стратегии для личного бренда.

3.Описать специфику согласования показателей эффективности и бюджета продвижения с заказчиком.

Вариант II

- 1.Назвать основы составления отчётов по реализации стратегии поискового продвижения в интернете.
- 2.Назвать основы проведения исследования системы веб-аналитики.
- 3.Описать специфику SMM.

Вариант III

- 1.Описать РСЯ.
- 2.Назвать основы составления заданий на разработку текстовых и графических материалов по контекстно-медийной стратегии продвижения в интернете.
- 3.Перечислить каналы распространения email-рассылки.

Вариант IV

- 1.Назвать основы проведения работ по реализации стратегии продвижения в интернете.
- 2.Описать специфику Email-маркетинга.
- 3.Перечислить методы получения базы подписчиков для email-маркетинга.

МДК 03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях

Тема 2.1 Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа

1. Web Analytics – аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде. Принципы и практики реализации контекстной рекламы.
2. Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа сети Интернет. Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта.
3. Преимущества и недостатки отдельных форматов медийной рекламы; цели использования рекламодателями. Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга.
4. Алгоритмы и результаты поискового продвижения.

Практическая работа №1. Использование методов проведения анализа эффективности маркетинговой активности в сети Интернет.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в сети Интернет.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

Изучить методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в сети Интернет на примерах современной рекламы.

Практическая работа №2. Создание email-рассылок: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические и ссылочные.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: научиться создавать email-рассылки.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

Создать email-рассылки 5-ти видов: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические и ссылочные.

Практическая работа №3. Критерии оценки выбора основных инструментов рекламы в Интернете при их внедрении.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить специфику внедрения основных инструментов рекламы в Интернете.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

Предложить (разработать) критерии оценки выбора основных инструментов рекламы в Интернете при их внедрении при проведении рекламной кампании (объект рекламирования на выбор обучающихся).

Практическая работа №4. Разработка контентной составляющей для личного бренда.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: научиться разрабатывать контентную составляющую для личного бренда.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

На основании результатов анализа видов контента, необходимых для развития личного бренда, разработать концепцию контентной составляющей для развития личного бренда.

Практическая работа №5. Стоимость одного подписчика. Конверсия сайта через таргет.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: научиться рассчитывать стоимость одного подписчика и производить конверсию сайта через таргет.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

Ознакомиться с особенностями расчёта стоимости одного подписчика и конверсии сайта через таргет и научиться применять на практике эти знания на практике.

Практическая работа №6. Выбор цели для настройки. Создание тестового режима a/b тестирования. Создание креативов для рекламы.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить возможности a/b тестирования и инструментов для создания креативов для рекламы.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

Провести a/b тестирование. Познакомится с инструментами для создания рекламных креативов.

Практическая работа №7. Проанализировать внешнюю и внутреннюю оптимизации.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить специфику внешней и внутренней оптимизации.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

Ознакомиться с особенностями внешней и внутренней оптимизации, провести их сравнительный анализ.

Практическая работа №8. Оптимизация meta-информации страницы. Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить свойства оптимизация meta-информации страницы.
Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

Ознакомиться с возможностями оптимизация meta-информации страницы.

Практическая работа №9. Составить продающую цепочку для чат-бота. Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: научиться составлять продающую цепочку для чат-бота.
Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

Составить продающую цепочку для чат-бота.

Тема 2.2 Управление реализацией стратегии Интернет-продвижения

1. Технологии привлечения посетителей на сайт. Области и стратегии применения цифрового маркетинга.
2. Этапы осуществления кампаний. Формулирование целей цифрового маркетинга для компаний.
3. Email- и вирусный маркетинг. Инструменты и методы цифрового маркетинга.
4. Поведенческий таргетинг, матрица потребности.

Практическая работа №10. Визуальное оформление контента для личного бренда. Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить правила визуального оформления контента для личного бренда.
Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

Изучить правила визуального оформления контента для личного бренда.

Практическая работа №11. Разработать концепцию и план проведения рекламной и/или PR компании.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить особенности разработки концепции и плана проведения рекламной и/или PR компании.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

Разработать концепцию и план проведения рекламной и/или PR компании (тематика определяется преподавателем).

Практическая работа №12. Позиционирование бренда. Бренд-платформа. Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: познакомиться с понятием позиционирования бренда.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

Изучить основы позиционирования бренда и составляющих бренд-платформы.

Практическая работа №13. Алгоритмы поисковых систем и социальных сетей.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить специфику применения алгоритмов поисковых систем и социальных сетей.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

Изучить специфику применения алгоритмов поисковых систем и социальных сетей

на примере социальной сети ВКонтакте.

Практическая работа №14. Проведение рекламных кампаний в социальных медиа.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить основы проведения рекламных кампаний в социальных медиа.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

Разработать концепцию проведения рекламной кампании в социальных медиа.

Практическая работа №15. Анализ трафика веб-сайта. Работа

рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить специфику анализа трафика веб-сайта. Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Задание 1

Ознакомиться с основными инструментами анализа трафика веб-сайта.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Задание для контрольной работы №1 Вариант I

- 1) Описать специфику Web Analytics.
- 2) Перечислить критерии оценки выбора основных инструментов рекламы в Интернете при их внедрении.
- 3) Описать специфику разработки контентной составляющей для личного бренда.

Вариант II

- 1) Назвать основные принципы и практики реализации контекстной рекламы.
- 2) Охарактеризовать социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга.
- 3) Описать различия email-рассылок – поведенческих, коммерческих, тестовых, технических, ссылочных.

Вариант III

- 1) Описать подготовительную работу для продвижения в социальных медиа в сети Интернет.
- 2) Назвать основы создания email-рассылок.
- 3) Описать специфику тестового режима a/b тестирования.

Вариант IV

- 1) Назвать основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта.
- 2) Охарактеризовать алгоритмы и результаты поискового продвижения.
- 3) Перечислить преимущества и недостатки отдельных форматов медийной рекламы.

Задание для контрольной работы №2

Вариант I

- 1) Перечислить и охарактеризовать технологии привлечения посетителей на сайт.
- 2) Описать специфику поведенческого таргетинга.
- 3) Описать специфику визуального оформления контента для личного бренда.

Вариант II

- 1) Назвать основы оптимизации meta-информации страницы.
- 2) Описать специфику формулирования целей цифрового маркетинга для компаний.
- 3) Описать специфику понятия бренд-платформы.

Вариант III

- 1) Перечислить инструменты и методы цифрового маркетинга.
- 2) Назвать области и стратегии применения цифрового маркетинга.
- 3) Описать специфику проведения рекламных кампаний в социальных медиа.

Вариант IV

- 1) Назвать основы Email- и вирусного маркетинга.
- 2) Описать этапы составления продающей цепочки для чат-бота.
- 3) Перечислить алгоритмы поисковых систем и социальных сетей.

Критерии оценки контрольной работы:

«13-15 баллов» выставляется за контрольную работу, в которой даны правильные исчерпывающие ответы на поставленные в контрольной работе вопросы, в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений, хорошее владение терминологией, в заключении сформулированы выводы по теме.

«10-12 баллов» выставляется за контрольную работу, в которой даны правильные ответы, но допущена одна незначительная ошибка или в работе имеется один два недочета, ответ четко структурирован, логичен с использованием специальных терминов, сделаны выводы по теме.

«7-9 баллов» выставляется за контрольную работу, в которой допущено более двух принципиальных ошибок, поверхностный характер информации в ответах, неконкретность, выводы не сделаны.

«менее 7 баллов» оценивается контрольная работа, в которой допущено несколько принципиальных ошибок в ответах или отсутствуют ответы на несколько вопросов, полное незнание терминологии.