МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Глазовский инженерно-экономический институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ижевский государственный технический университет имени М.Т.Калашникова» (ГИЭИ (филиал) ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова»)



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде

Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

Специальность СПО 42.02.01 Реклама

Цикл профессиональный

Форма обучения очная

D	Объем,				Сем	естры			
Вид учебной работы	час.	1	2	3	4	5	6	7	8
Объем образовательной нагрузки, час.	211					211			
Учебная нагрузка обучающихся во взаимодействии с преподавателем, час	196					196			
в том числе:									
Лекции, час.	84					84			
Практические занятия, час.	112					112			
Лабораторные занятия, час.									
Курсовой проект (работа), час.									
Самостоятельная работа, час.	15					15			
Формы промежуточной аттестации									
Экзамен									
Дифференцированный зачет	5 сем					5 сем			
Зачет									
Контрольная работа	5 сем					5			

				сем		
Экзамен по модулю	9			9		
Учебная практика, час.						
Производственная практика (по профилю специальности), час.	36			36		
Всего (объем образовательной нагрузки и практика), час.	256			256		

Глазов 2025

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности **42.02.01** "Реклама", утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации 21 июля 2023г. № 552.

Организация ГИЭИ (филиал) ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т.

разработчик: Калашникова»

Разработчик: Батакова Елена Александровна, преподаватель СПО

Утверждено: кафедрой «Экономика и менеджмент»

Протокол № 6 от 10 сентября 2025 г.

Заведующий кафедрой

И.В. Пронина

Председатель учебно-методической комиссии Глазовского инженерно-экономического института (филиала) ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т.Калашникова»

_ А.Г. Горбушин 11 сентября 2025 г.

Согласовано с экспертами (работодателями):

ООО «Мебельная компания

«Мама»

Генеральный директор

Н.А. Богданова

ИП Макарова

Рекламное агентство

«Максимум»

Т.С. Макарова

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля — является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС подготовки специалистов среднего звена по специальности СПО 42.02.01 "Реклама" в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

1.2. Цели и задачи профессионального модуля — требования к результатам освоения профессионального модуля:

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

иметь практический опыт:

в продвижении торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

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 функционирования 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
- конвертировать файлы в нужные форматы
- 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:

- типы рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет
- способы 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
- структуру брифа и требования к нему
- важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет
- важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 256 час., в том числе:

объем образовательной нагрузки обучающегося – 247 час., включая:

учебная нагрузка обучающихся во взаимодействии с преподавателем – 196 час.;

самостоятельная работа обучающегося – 51 час.;

производственная практика (по профилю специальности) – 36 час.;

учебная практика – 0 час.;

промежуточная аттестация (в том числе СРкПА) – 9 час.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД) проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) 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.	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях						
OK 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности						

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1.1. Тематический план профессионального модуля

Код професс	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					I	Трактика
иональ- ных компете		(Объем образовате льной	взаимодействии с преподавателем				Учебная , часов <i>(если</i>	Производственная (по профилю специальности),	
нций		нагрузки)	Всего, часов	в т.ч. лабораторные и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	предусмотр ена рассредото ченная практика)	часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 3.1- 3.3, ОК 02	Раздел 1 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	120	112	56	-	8	-	-	-
ПК 3.1- 3.3, ОК 02	Раздел 2 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	91	84	56	-	7	-	-	-
ПК 3.1- 3.3, ОК 02	Учебная практика, час.		•	-	-	-	-	-	-
ПК 3.1- 3.3, ОК 02	Производственная практика (по профилю специальности), час.	36	-	-	-	-	-	-	36
Промежут	Промежуточная аттестация (в том числе СРкПА), час.		-	-	-	-	-	-	-
Всего:	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	256	196	112	-	15	-	-	36
В том чис	ле в форме практической подготовки, час.	36	-	-	-	-	-	-	36

3.1.2. Тематический план профессионального модуля

		ьной				іающегося подавател			Пра	Практика	
	Наименование разделов, МДК и тем	Объем образовательной нагрузки, час.	Всего	лекции	практические занятия	лабораторные занятия	курсовая работа (проект)	Самостоятельная работа	Учебная	Производственная практика (по профилю специальности)	
Раздел 1	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	120	112	56	56			8			
МДК 03.01	Цифровой маркетинг	120	112	56	56			8			
Тема 1.1	Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории	12	12	6	6						
Тема 1.2	Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз	14	12	6	6			2			
Тема 1.3	Технический аудит сайта	12	12	6	6						
Тема 1.4	Анализ ссылочного профиля и внешняя оптимизация	14	12	6	6			2			
Тема 1.5	Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в интернете	12	12	6	6						
Тема 1.6	Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда	14	12	6	6			2			
Тема 1.7	Размещение контекстно-медийных объявлений в сети интернет	12	12	6	6						
Тема 1.8	Проведение аналитической справки конкурентов для реализации стратегии продвижения	14	12	6	6			2			
Тема 1.9	Разработка инструментов коммуникации в социальных сетях	16	16	8	8						
Раздел 2	Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной	91	84	28	56			7			

	рекламы и маркетинга в								
	социальных сетях								
МДК 03.02	Коммуникационные инструменты интернет-среды	91	84	28	56		7		
Тема 1.10	1 Web Analytics - аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде.	13	12	4	8		1		
Тема 1.11	2 Принципы и практики реализации контекстной рекламы	13	12	4	8		1		
Тема 1.12	3 Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»	13	12	4	8		1		
Тема 1.13	4 Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта	13	12	4	8		1		
Тема 1.14	5 Преимущества и недостатки отдельных форматов медийной рекламы; цели использования рекламодателями	13	12	4	8		1		
Тема 1.15	6 Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга	13	12	4	8		1		
Тема 1.16	7 Алгоритмы и результаты поискового продвижения.	13	12	4	8		1		
УП	Учебная практика	-						-	
ПП	Производственная практика (по профилю специальности)	36							36
	Промежуточная аттестация (в том числе СРкПА)	9							
	ИТОГО:	256	196	84	112		15		
	В том числе в форме практической подготовки	36							36

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Стратегии продвижения бренда в сети Интернет		120	
МДК 03.01 Цифровой маркетинг			
Тема 1.1. Поиск ключевых слов,	Содержание учебного материала	6	ПК 3.1-3.3, ОК 02
отражающих потребность целевой аудитории	Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории		
	Практические занятия	6	_
	Создание и размещение рекламных объявлений в социальных сетях.	-	
	Самостоятельная работа обучающихся		7
	Ознакомление с материалами основной и дополнительной литературы.		
Тема 1.2. Проведение работ по	Содержание учебного материала	6	ПК 3.1-3.3, ОК 02
внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз	Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз		
	Практические занятия	6	_
	Разработка концепции стратегии для поисковых систем.		
	Самостоятельная работа обучающихся	2	_
	Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы		
Тема 1.3. Технический аудит	Содержание учебного материала	6	ПК 3.1-3.3, ОК 02
сайта	Технический аудит сайта		
	Практические занятия	6	-
	Разработка стратегии проведения для рекламной кампании.		
	Самостоятельная работа обучающихся		
	Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы		
Тема 1.4. Анализ ссылочного	Содержание учебного материала	6	ПК 3.1-3.3, ОК 02

профиля и внешняя оптимизация	Анализ ссылочного профиля и внешняя оптимизация		
	Практические занятия	6	
	Настройка таргетированной и контекстной рекламы для привлечения		
	пользователей в сообщество и на сайт		
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
	Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы		
Тема 1.5. Оптимизация SEO для	Содержание учебного материала	6	ПК 3.1-3.3, ОК 02
повышения популярности сайта в интернете	Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в интернете		
	Практические занятия	6	
	Сделать сегмент ЦА (отдельно для мужчин, отдельно для женщин)		
	Подключить на сайт Яндекс. Метрику.		
	Самостоятельная работа обучающихся		
	Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы		
Тема 1.6. Составление	Содержание учебного материала	6	ПК 3.1-3.3, ОК 02
контекстно-медийного плана	Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда		
продвижения личного бренда	Практические занятия		
	Разработать концепцию продвижения личного бренда.	6	
	Самостоятельная работа обучающихся		
	Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы	2	
Тема 1.7. Размешение контекстно-	Содержание учебного материала	6	ПК 3.1-3.3, ОК 02
медийных объявлений в сети	Размещение контекстно-медийных объявлений в сети интернет		1111 211 212, 211 32
интернет	Практические занятия		
	Расчет стоимости перехода клиента.	6	
	Самостоятельная работа обучающихся		
	Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы		
Тема 1.8. Проведение	Содержание учебного материала	6	ПК 3.1-3.3, ОК 02
аналитической справки	Проведение аналитической справки конкурентов для реализации стратегии продвижения		
конкурентов для реализации	Практические занятия		
стратегии продвижения	Формирование КРІ.	6	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
	Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы		
Тема 1.9. Разработка	Содержание учебного материала	8	ПК 3.1-3.3, ОК 02
инструментов коммуникации в	Разработка инструментов коммуникации в социальных сетях		
социальных сетях	Практические занятия		
	Составить бриф на разработку РК для таргетированной рекламы.	8	
	Самостоятельная работа обучающихся		

Практические занятия 8		Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы		
вигрументым повсковой оптимпации, комтекстно-медийной рекламыя маркетнита в социальных маркетнита в социальных сетях визывники кометокстно-медийной рекламыя и маркетнита в социальных сетях визывники кометокстно-медийной рекламыя и маркетнита в пифровой среде	Раздел 2 Разработка и реализация			
шиструкентами пойсковой оптимивации в осоциальных сетях МДК 03.02 Коммуникационные пифровой среды Тема 1.10 Web Analytics - аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде Практические завятия Использование методов проведения анализа эффективности маркетинговой активности в цифровой среде Саместование методов проведения анализа эффективности маркетинговой активности в пифровой среде Саместование методов проведения анализа эффективности маркетинговой активности в сети «Интернет» — 1 Ознакомление с материалам основной, дополнительной литературы Тема 1.11. Принципы и практики Сахержание учебного материала Принципальной питературы — 1 Практические завятии Практические завятии Создание стальная работа обучающихся — 1 Практические завятии Создание стальная работа обучающихся — 2 Практические завятии Создание стальная работа обучающихся — 2 Практические завятия Практические завятия Практические завятия Практические завятия Выбота обучающихся — 2 Практические завятия Выбота обучающихся — 2 Практические завятия Выбота обучающихся — 2 Практические завятия Выбота обучающих медиа информационного сети «Интернет» — 2 Практические завятия Выбота обучающихся — 3 Практические завятия Выбота обучающих медиа информационного сети «Интернет» — 3 Выбот	рекламных кампаний бренда в			
оптимации, коитекстно-медийной рекламы и маркетина в социальных сетях и маркетина в преднего материала (маркетивности в цифровой среде (маркетивности рекламной кампании (маркетивности рекламной кампания (маркетивности рекламной кампании (маркетивности рек	сети Интернет			
оптимации, коитекстно-медийной рекламы и маркетина в социальных сетях и маркетина в правота для продвижения в правота для продвижения в социальных медка пиформационной сети «Интернет» оптораммы, помогающие п аработа сматериальна основной и дополнительной литературы. Тема 1.12 Подготовительная работа обучающихся опперация и программы, помогающие в пработе и общения в продвижения в социальных медка пиформационной сети «Интернет» и программы, помогающие сматериальна основной, дополнительной литературы. Тема 1.13 Основные серпясы и програмы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Тема 1.13 Основные серпясы и общение сматериальна основной, дополнительной литературы. Тема 1.13 Основные серпясы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Тема 1.13 Основные серпясы и общение сматериальна основной, дополнительной литературы. Тема 1.13 Основные серпясы и общение сматериальна основной, дополнительной литературы. Тема 1.13 Основные серпясы и общение сматериальна основной, дополнительной литературы. Тема 1.13 Основные серпясы и общение сматериальна основной, дополнительной литературы. Тема 1.13 Основные серпясы и общение сматериальна основной, дополнительной литературы. Тема 1.13 Основные серпясы и общение сматериальна основной, дополнительной литературы. Тема 1.13 Основные серпясы и общение учебного материальна основной, дополнительной литературы. Тема 1.13 Основные серпясы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Тема 1.13 Основные серпясы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта	-			
контектно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях МДК 03.02 Коммуникационные интерременты интерритерова 1 Тема 1.10 Web Analytics - аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде 4 Практические заналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде 4 Практические заналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде 4 Практические заналитика ключевых показателей эффективности маркетинговой детиника ключевых мединика ключевых мединика ключевых мединика информационно-стементы в социальных медин информационно сетиника ключевых мединика информационно сетиника ключевых мединика информационно сетиника ключевых мединика в социальных медин информационно сетиника ключевых мединика в социальных медин информационно сетиника ключевых мединика ключевых показателей эффективности маркетинговой детиника ключевых показателей эффективности маркетинговой детиника ключевых показателей эффекти				
рекламы и маркетнита в социальных сетях МДК 03.02 Коммуникационные инструменты интернет-среды Тема 1.10 Web Analytics - аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде вижники кв ключевых показателей эффективности в цифровой среде Практические занития ключевых показателей эффективности в цифровой среде Практические занития ключевых показателей эффективности в цифровой среде Практические занития Киспользование методов проведения анализа эффективности маркетинговой активности в сти «Интернет» Сознакомление се митериальнам посновной, дополнительной литературы Тема 1.11 Принципы и практики реализации контекстной рекламы Практические занитии Создание етализария контекстной рекламы Практические занитии Создание етализария контекстной рекламы (Создание етализария совета обучающихся Создание етализария контекстной рекламы (Создание етализария контекстной рекламы) Тема 1.12 Полотовительная работа обучающихся Озанкомление с витериальнам основной и дополнительной литературы Тема 1.12 Полотовительная работа обучающихся Практические занития (Создание етализария продижения в социальных медиа информационног сети «Интернет» (Полотовительная работа обучающихся ознакацию постоя «Интернет» (Полотовительная работа обучающихся ознакацию сновной, дополнительной литературы. (Полотовительная работа обучающих в работе над оптимизацией сайта (Полотовительная работа обучающих в работе над оптимизацией сайта (Полотовительная работа обучающих в работе над оптимизацией сайта (ПКЗ.1-3.3, ОК 02)				
МДК 03.02 Коммуникационные информатися интерпет-средыя Содержание учебного материала Web Analytics - аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде Практические занятия Использование методов проведения анализа эффективности маркетинговой активности в сети «Интернет» Содержание учебного материала Содержание учебного мат	···			
MДК 03.02 Коммуникационные инструменты интернет-среды (Содержание учебного материала (Механалитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде (Практические занятия (Интернет) (Самостоятельная работа обучающихся однальных медла информационно-телекомуникационной сети «Интернет» (Содержание учебного материалая (Приправляныя работа для продвижения в социальных медла информационно-телекомуникационной сети «Интернет» (Содержание учебного материалая (Подготовительная работа для продвижения в социальных медла информационно-телекомуникационной сети «Интернет» (Самостоятельная работа обучающихся однальных медла информационно-телекомуникационной сети «Интернет» (Практические занятия (Самостоятельная работа для продвижения в социальных медла информационно-телекомуникационной сети «Интернет» (Практические занятия (Самостоятельная работа для продвижения в социальных медла информационно-телекомуникационной сети «Интернет» (Практические занятия (Самостоятельная работа для продвижения в социальных медла информационно-телекомуникационной сети «Интернет» (Практические занятия (Самостоятельная работа для продвижения в социальных медла информационно-телекомуникационной сети «Интернет» (Практические занятия (Самостоятельная работа для продвижения в социальных медла информационно-телекомуникационной сети «Интернет» (Практические занятия (Самостоятельная работа для продвижения в социальных медла информационно-телекомуникационной сети «Интернет» (Практические занятия (Самостоятельная работа для продвижения в социальных медла информационно-телекомуникационной сети «Интернет» (Практические занятия (Самостоятельная работа для продвижения в социальных медла информационно-телекомуникационной сети «Интернет» (Практические занятия (Практические занятия (Практические занятия (Практические занятия) (Практич				
Практические занития практики реализации контекстной рекламы Практические занития поравижения в работа для продвижения в работа для продвижения в работа для продвижения в работа для продвижения в работа обучающихси сициальных медив информационног телекоммуникационной сети «Интернет» Практические занития Практич			91	
Тема 1.10 Web Analytics - аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде			71	
Web Analytics - аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде		Солержание учебного материала	4	ПК 3.1-3.3, ОК 02
Практические занятия 8 1 1 1 1 1 1 1 1 1	аналитика ключевых показателей			
Практические занятия				
активности в сети «Интернет» Самостоятельная работа обучающихся Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы Тема 1.11. Принципы и практики реализации контекстной рекламы Принципы и практики реализации контекстной рекламы Практические занятия Создание етпаі1-рассылок: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические и ссылочные. Самостоятельная работа обучающихся Ознакомление с материалами основной и дополнительной литературы Тема 1.12 Подготовительная работа обучающихся Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационнотелекоммуникационной сети «Интернет» Практические занятия Содержание учебного материала Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационнотелекоммуникационной сети «Интернет» Нама 1.13 Основные сервись и программы, помогающие в работе обновные сервисы и программы, помогающие в работе обновные сервисы и программы, помогающие в работе обновные сервисы и программы, помогающие в работе обновным программы, помогающие в работе обновным программы, помогающие в работе обновным программы, помогающие в работе обновные сервисы и программы, помогающие в работе обновные сервисы и программы, помогающие в работе обновные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Притические занятия Тема 1.13 Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта		Практические занятия	8	
активности в сети «Интернет» Самостоятельная работа обучающихся Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы Тема 1.11. Принципы и практики реализации контекстной рекламы Принципы и практики реализации контекстной рекламы Практические занятия Создание етпаі1-рассылок: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические и ссылочные. Самостоятельная работа обучающихся Ознакомление с материалами основной и дополнительной литературы Тема 1.12 Подготовительная работа обучающихся Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационнотелекоммуникационной сети «Интернет» Практические занятия Содержание учебного материала Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационнотелекоммуникационной сети «Интернет» Нама 1.13 Основные сервись и программы, помогающие в работе обновные сервисы и программы, помогающие в работе обновные сервисы и программы, помогающие в работе обновные сервисы и программы, помогающие в работе обновным программы, помогающие в работе обновным программы, помогающие в работе обновным программы, помогающие в работе обновные сервисы и программы, помогающие в работе обновные сервисы и программы, помогающие в работе обновные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Притические занятия Тема 1.13 Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта		Использование метолов провеления анализа эффективности маркетинговой		
Самостоятельная работа обучающихся Ознакомление с материалями основной, дополнительной литературы 1 Тема 1.11. Принципы и практики реализации контекстной рекламы Содержание учебного материала 4 ПК 3.1-3.3, ОК 02 Принципы и практики реализации контекстной рекламы Принципы и практики реализации контекстной рекламы 8 8 Практические занятия Создание етаіl-рассылок: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические и ссылочные. 1 2 Самостоятельная работа обучающихся ознакимление с материалами основной и дополнительной литературы 1 1 Тема 1.12 Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» 1 ПК 3.1-3.3, ОК 02 Практические занятия 8 Внедрение основными инструментами для оценки эффективности рекламной кампании 8 Тема 1.13 Основные сервисы и протраммы, помогающие в работе обрамим, помогающие в работе над оптимизацией сайта 1 ПК 3.1-3.3, ОК 02				
Тема 1.11. Принципы и практики реализации контекстной рекламы Содержание учебного материала 4 ПК 3.1-3.3, ОК 02 Принципы и практики реализации контекстной рекламы Принципы и практики реализации контекстной рекламы 8 ПК 3.1-3.3, ОК 02 Практические занятия Создание етаіl-рассылок: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические и ссылочные. 1 Самстоятельная работа обучающихся 03накомление с материалами основной и дополнительной литературы 1 Тема 1.12 Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационно- телекоммуникационной сети «Интернет» Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационно- телекоммуникационной сети «Интернет» 8 Практические занятия 8 Внедрение основными инструментами для оценки эффективности рекламной кампании 8 Самостоятельная работа обучающихся 1 Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы. 1 Тема 1.13 Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта 4 ПК 3.1-3.3, ОК 02		•	1	+
Тема 1.11. Принципы и практики реализации контекстной рекламы Содержание учебного материала 4 ПК 3.1-3.3, ОК 02 Принципы и практики реализации контекстной рекламы 8 Практические занятия 8 Создание email-рассылок: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические и сылочные. 1 Тема 1.12 Подготовительная работа обучающихся Ознакомление с материалами основной и дополнительной литературы 1 Тема 1.12 Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» 4 ПК 3.1-3.3, ОК 02 Практические занятия 8 8 ПК 3.1-3.3, ОК 02 Внедрение основными инструментами для оценки эффективности рекламной кампании 8 1 Солержание учебного материала обучающихся Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы. 1 ПК 3.1-3.3, ОК 02 Тема 1.13 Основные сервисы и программы, помогающие в работе программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта 4 ПК 3.1-3.3, ОК 02			-	
реализации контекстной рекламы Принципы и практики реализации контекстной рекламы Практические занятия	Тема 1.11. Принципы и практики		4	ПК 3.1-3.3, ОК 02
Создание етаіl-рассылок: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические и ссылочные. Самостоятельная работа обучающихся Ознакомление с материалами основной и дополнительной литературы Ознакомления работа для продвижения в социальных медиа информационносоциальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Практические занятия Внедрение основными инструментами для оценки эффективности рекламной кампании Самостоятельная работа обучающихся Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы. Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные				,
Создание етаіl-рассылок: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические и ссылочные. Самостоятельная работа обучающихся Ознакомление с материалами основной и дополнительной литературы Ознакомления работа для продвижения в социальных медиа информационносоциальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Практические занятия Внедрение основными инструментами для оценки эффективности рекламной кампании Самостоятельная работа обучающихся Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы. Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные сервисы и программы помогающие в работе над оптимизацией сайта Основные		Практические занятия	8	
Ссылочные. Самостоятельная работа обучающихся Ознакомление с материалами основной и дополнительной литературы Ознакомление с материалам основной и дополнительной литературы Ознакомление с материалам Основными учебного материала Одержание учебного материала Одержание учебного материала Одержание учебного материала Одержание учебного материалам продвижения в социальных медиа информационно- соти «Интернет» Одержание учебного материалами основной, дополнительной питературы. Одержание учебного материалами основной, дополнительной литературы. Одержание учебного материалами основной, дополнительной литературы. Одержание учебного материала Одержание учебного материалами основной, дополнительной литературы. Одержание учебного материалами основной, дополнительной литературы. Одержание учебного материала Одержание учебного материала Одержание учебного материала Одержание учебного материалами основной, дополнительной литературы. Одержание учебного материала Одержание учебного материала Одержание учебного материалами основной, дополнительной литературы. Одержание учебного материала Одержание			Ü	
Ознакомление с материалами основной и дополнительной литературы Тема 1.12 Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационносоциальных медиа информационного телекоммуникационной сети «Интернет» Практические занятия Внедрение основными инструментами для оценки эффективности рекламной кампании Самостоятельная работа обучающихся Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы. Тема 1.13 Основные сервисы и программы, помогающие в работе Основные сервисы и программы, помогающие в работе Основные сервисы и программы, помогающие в работе Ознакомление с материалами основной и дополнительной литературы. ПК 3.1-3.3, ОК 02		*		
Тема 1.12 Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационно- социальных медиа информационно- телекоммуникационной сети «Интернет» 4 ПК 3.1-3.3, ОК 02 информационно- селекоммуникационной сети «Интернет» Практические занятия 8 Внедрение основными инструментами для оценки эффективности рекламной кампании Кампании Самостоятельная работа обучающихся Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы. 1 Тема 1.13 Основные сервисы и программы, помогающие в работе Содержание учебного материала 4 ПК 3.1-3.3, ОК 02		Самостоятельная работа обучающихся	1	
работа для продвижения в социальных медиа информационно- социальных медиа информационно- телекоммуникационной сети «Интернет» Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационно- телекоммуникационной сети «Интернет» Практические занятия 8		Ознакомление с материалами основной и дополнительной литературы		
социальных медиа информационно- телекоммуникационной сети «Интернет» Телекоммуникационной сети «Интернет» 8 Внедрение основными инструментами для оценки эффективности рекламной кампании 1 Самостоятельная работа обучающихся Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы. 1 Тема 1.13 Основные сервисы и программы, помогающие в работе Содержание учебного материала Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта 4 ПК 3.1-3.3, ОК 02	Тема 1.12 Подготовительная	Содержание учебного материала	4	ПК 3.1-3.3, ОК 02
информационно- телекоммуникационной сети «Интернет» Внедрение основными инструментами для оценки эффективности рекламной кампании 8 Самостоятельная работа обучающихся Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы. 1 Тема 1.13 Основные сервисы и программы, помогающие в работе Содержание учебного материала Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта 4 ПК 3.1-3.3, ОК 02	работа для продвижения в			
телекоммуникационной сети «Интернет» Внедрение основными инструментами для оценки эффективности рекламной кампании Самостоятельная работа обучающихся Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы. Тема 1.13 Основные сервисы и программы, помогающие в работе программы, помогающие в работе Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта ПК 3.1-3.3, ОК 02	социальных медиа	телекоммуникационной сети «Интернет»		
«Интернет» кампании 1 Самостоятельная работа обучающихся 1 Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы. 1 Тема 1.13 Основные сервисы и программы, помогающие в работе Содержание учебного материала 4 ПК 3.1-3.3, ОК 02 Основные сервисы и программы, помогающие в работе Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта 4 ПК 3.1-3.3, ОК 02		Практические занятия	8	
«Интернет» кампании Самостоятельная работа обучающихся 1 Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы. 1 Тема 1.13 Основные сервисы и программы, помогающие в работе Содержание учебного материала Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта 4 ПК 3.1-3.3, ОК 02		Внедрение основными инструментами для оценки эффективности рекламной		
Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы. Тема 1.13 Основные сервисы и программы, помогающие в работе программы, помогающие в работе основные сервисы и программы, помогающие в работе основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта 4 ПК 3.1-3.3, ОК 02	«Интернет»			
Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы. Тема 1.13 Основные сервисы и программы, помогающие в работе программы, помогающие в работе основные сервисы и программы, помогающие в работе основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта 4 ПК 3.1-3.3, ОК 02		Самостоятельная работа обучающихся	1	1
программы, помогающие в работе Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта				
программы, помогающие в работе Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта	Тема 1.13 Основные сервисы и	Солержание учебного материала	4	ПК 3 1-3 3 ОК 02
			•	1111011 515, 510 02
над оптимизацион санта практические занятия	над оптимизацией сайта	Практические занятия	8	

	Donack arms victorians in computations in the second		
	Разработка контентной составляющей для личного бренда	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	1	
m + 14 F	Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы	,	
Тема 1.14 Преимущества и	Содержание учебного материала	4	ПК 3.1-3.3, ОК 02
недостатки отдельных форматов	Преимущества и недостатки отдельных форматов медийной рекламы; цели использования		
медийной рекламы; цели	рекламодателями	8	
использования рекламодателями	Практические занятия		
	Стоимость одного подписчика. Конверсия сайта через таргет.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся		
	Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы		
Тема 1.15 Социальные медиа как	Содержание учебного материала	4	ПК 3.1-3.3, ОК 02
пространство реализации	Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга		
инструментов маркетинга	Практические занятия	8	
	Создание креативов для рекламы.		
	Самостоятельная работа обучающихся	1	
	Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы		
Тема 1.16 Алгоритмы и	Содержание учебного материала	4	ПК 3.1-3.3, ОК 02
результаты поискового	Алгоритмы и результаты поискового продвижения.		
продвижения.	Практические занятия	8	
	Проанализировать внешнюю и внутреннюю оптимизации.		
	Самостоятельная работа обучающихся	1	
	Ознакомление с материалами основной, дополнительной литературы		
Примерные темы курсовых рабо	1 11		
Курсовые работы не предусмотр			
Учебная практика			
Учебная практика не прдусмотре	ена		
Производственная практика (по	профилю специальности)	36	
Виды работ:			
1. Изучить клиентскую базу пре	едприятия		
	ламных и PR специалистов, работающих на предприятии.		
3. Изготовить рекламный и/или			
4. Подготовить отчет о ходе пра	<u>*</u>		
•		0	
Промежуточная аттестация (в том ч	числе СРКПА)	9	

	A	
Bcero:	256	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля требует наличия кабинета «Профессиональных дисциплин», обеспечивает проведение всех видов лекций, практических занятий, учебной практики, предусмотренных программой.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

- 1. Бекмурзаев И.Д. Цифровой маркетинг: учебное пособие / Бекмурзаев И.Д., Дадаев Я.Э.. Грозный: Чеченский государственный университет, 2024. 104 с. Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. URL: https://www.iprbookshop.ru/147959.html (дата обращения: 26.08.2025). Режим доступа: для авторизир. Пользователей
- 2. Кисляков, А. Н. Методы работы с маркетинговыми данными для решения задач цифрового маркетинга. Ч.І: учебное пособие / А. Н. Кисляков, Н. Е. Тихонюк. Владимир: Владимирский филиал РАНХиГС, 2023. 105 с. ISBN 978-5-907389-66-3. Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. URL: https://www.iprbookshop.ru/150873.html (дата обращения: 13.05.2025). Режим доступа: для авторизир. пользователей
- 3. Макки, Р. Сториномика: маркетинг, основанный на историях, в пострекламном мире / Р. Макки, Т. Джерас ; перевод И. Евстигнеева ; под редакцией А. Никольского. Москва : Альпина нон-фикшн, 2025. 280 с. ISBN 978-5-91671-947-5. Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. URL: https://www.iprbookshop.ru/148458.html (дата обращения: 26.02.2025). Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Дополнительные источники:

- 1. Катаев, А. В. Технологии маркетинга в интернет-среде : учебное пособие / А. В. Катаев, И. А. Названова. Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2024. 146 с. ISBN 978-5-9275-4644-2. Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. URL: https://www.iprbookshop.ru/149683.html (дата обращения: 02.04.2025). Режим доступа: для авторизир. Пользователей
- 2. Смарт-образование в цифровом обществе [Электронный ресурс]: монография/ Е.В. Авдеева [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2024.— 125 с.— Режим доступа: https://ipr-smart.ru/142924.— IPR SMART, по паролю
- 3. Ткаченко О.Н. Индустрия цифровых продуктов: от проектирования к безопасному потреблению : учебное пособие / Ткаченко О.Н., Шматко М.В., Анашкина Н.А.. Омск : Омский государственный технический университет, 2021. 203 с. ISBN 978-5-8149-3313-3. Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. URL: https://www.iprbookshop.ru/124821.html (дата обращения: 26.08.2025). Режим доступа: для авторизир. Пользователей

4.3. Активные и интерактивные формы обучения

Тема	Форма	Количеств	Оснащение
		о часов	
Тема 1.1. Поиск ключевых слов,	l =	2	Экран,
отражающих потребность целевой	ключевых слов»		проектор,
аудитории			компьютер
Тема 1.9.	Презентация «Инструменты	2	Экран,
Разработка инструментов	коммуникации в социальных сетях»		проектор,
коммуникации в социальных сетях			компьютер

4.4. Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) является изучение дисциплин ОПОП в рамках профессионального модуля «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта».

4.5. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам) и руководство практикой

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками образовательной организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, в том числе из числа работников организаций, направление деятельности которых соответствует одной из областей профессиональной деятельности к которой готовятся обучающиеся. Педагогические работники должны получать дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации не реже одного раза в три года.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
профессиональные компетенции		
ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	уметь: - определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения знать: - типы рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет - способы разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет	Экспертная оценка выполнения практических занятий Контрольные работы. Оценка результатов прохождения практики. Квалификационный экзамен по модулю.
ПК 3.2. Разрабатывать	уметь: - разрабатывать рекламную стратегию	Экспертная оценка выполнения

рекламные кампании
бренда в сети
Интернет

продвижения бренда в сети Интернет - 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 вебсайтов 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

знать:

- возможности Интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг
- виды сайтов, их возможности и варианты применения
- требования к качественному функционированию сайтов

практических занятий Контрольные работы. Оценка результатов прохождения практики. Квалификационный экзамен по модулю.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях

уметь:

- использовать поисковые системы интернета
- использовать технологии поисковоконтекстной рекламы
- использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы
- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете
- конвертировать файлы в нужные форматы
- 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

Экспертная оценка выполнения практических занятий Контрольные работы. Оценка результатов прохождения практики. Квалификационный экзамен по модулю.

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 интернетсообщество
- 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:

- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
- отраслевую терминологию
- важность учета пожеланий заказчика
- структуру брифа и требования к нему
- важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет
- важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет

ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности

уметь:

- использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации
- использовать информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности знать:
- технологии для выполнения задач профессиональной деятельности

Экспертная оценка выполнения практических занятий Контрольные работы. Оценка результатов прохождения практики. Квалификационный экзамен по модулю.

Вопросы для проведения контрольной работы по МДК 03.01 (под каждую форму отчетности отельный перечень вопросов/заданий)

- 1. Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории
- 2. Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз
- 3. Технический аудит сайта
- 4. Анализ ссылочного профиля и внешняя оптимизация
- 5. Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в интернете
- 6. Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда
- 7. Размещение контекстно-медийных объявлений в сети интернет
- 8. Проведение аналитической справки конкурентов для реализации стратегии продвижения
- 9. Разработка инструментов коммуникации в социальных сетях

Вопросы для проведения контрольной работы по МДК 03.02

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

Вопросы для проведения экзамена по модулю

- 1. Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории
- 2. Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз
- 3. Технический аудит сайта
- 4. Анализ ссылочного профиля и внешняя оптимизация
- 5. Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в интернете
- 6. Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда
- 7. Размещение контекстно-медийных объявлений в сети интернет
- 8. Проведение аналитической справки конкурентов для реализации стратегии продвижения
- 9. Разработка инструментов коммуникации в социальных сетях
- 10. Web Analytics аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде.
- 11. Принципы и практики реализации контекстной рекламы
- 12. Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационнотелекоммуникационной сети «Интернет»
 - Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта
- 13. Преимущества и недостатки отдельных форматов медийной рекламы; цели использования рекламодателями
- 14. Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга
- 15. Алгоритмы и результаты поискового продвижения.