

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашникова»
(ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова»)
Институт непрерывного профессионального образования



КОМПЛЕКТ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет
средствами цифровых коммуникационных технологий

42.02.01 Реклама

Комплект контрольно-оценочных средств разработан 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
разработчик:**

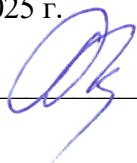
ГИЭИ (филиал) ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т.
Калашникова»

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. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля ПМ.03 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» является готовность обучающегося к выполнению вида профессиональной деятельности (ВПД) «продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» и составляющих его профессиональных компетенций, а также общих компетенций, формирующихся в процессе освоения ППСЗ в целом.

Элемент модуля	Форма контроля и оценивания	
	Промежуточная аттестация	Текущий контроль
МДК 03.01. Цифровой маркетинг	Контрольная работа	Оценка результатов выполнения практических заданий, индивидуальных домашних заданий
МДК 03.02. Коммуникационные инструменты интернет-среды	Контрольная работа	Оценка результатов выполнения практических заданий
Производственная практика	Дифференцированный зачет	Наблюдение за выполнением задания производственной практики
ПМ.03	Экзамен по модулю	Оценка заданий

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ МОДУЛЯ, ПОДЛЕЖАЩИЕ ПРОВЕРКЕ НА ЭКЗАМЕНЕ. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ И ОБЩИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

2.1. В результате промежуточной аттестации по профессиональному модулю осуществляется комплексная проверка профессиональных компетенций, которые представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1- Профессиональные компетенции (ПК)

Профессиональные компетенции	Показатели оценки результата
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
ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	уметь: - разрабатывать рекламную стратегию 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 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 знать: - возможности Интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг - виды сайтов, их возможности и варианты применения - требования к качественному функционированию сайтов
ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	уметь: - 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: - 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
--	---

2.2. В результате промежуточной аттестации по профессиональному модулю осуществляется комплексная проверка общих компетенций, которые представлены в таблице 2.2.

Таблица 2.2 - Общие компетенции

Общие компетенции	Показатели оценки результата
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

3. ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО КУРСА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Основной целью оценки теоретического курса профессионального модуля является оценка умений и знаний.

Для оценки освоения ПМ.03 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» каждый студент 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 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
- 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

3.1. Оценка теоретического курса профессионального модуля осуществляется с использованием следующих форм и методов контроля:

- выполнение и защита практических работ;
- фронтальный и индивидуальный опрос во время аудиторных занятий;
- контрольных работ;
- тестирование;
- наблюдение;
- диф. зачет по производственной практике.

3.2. Типовые задания для оценки освоения МДК 03.01 Цифровой маркетинг

1. Дискуссия в группе, вопросы для обсуждения:

1. Что такое цифровой маркетинг.
2. Особенности цифрового маркетинга, задачи и стратегии.
3. Основные каналы цифрового маркетинга.

2. Дискуссия в группе, вопросы для обсуждения:

1. Цель и основные составляющие Performance-маркетинга.
2. Особенности поведения покупателей в сети.
3. Как провести a/b тестирование.

3. Дискуссия в группе, вопросы для обсуждения:

1. От хаоса – к data-driven маркетингу.
2. Кибербезопасность и data-driven маркетинг.
3. Общий регламент по защите данных (GDPR) и его значение для бизнеса.

4. Разбор и анализ кейсов реальных компаний в рамках дискуссии в группе.

3.3. Типовые задания для оценки освоения МДК 03.02 Коммуникационные инструменты интернет-среды

1. Изучите тенденции потребительского поведения в цифровой среде в России и за рубежом. Обоснуйте, какие факторы повлияли на наличие общих тенденций, в чем причины выявленных отличий?
2. Ознакомьтесь с сервисом Google Trends. Опишите, как маркетологу в своей профессиональной деятельности использовать этот сервис.
3. Рассмотрите особенности поведения потребителей в цифровой среде. Как компании учитывают эти особенности в маркетинговой деятельности? Приведите примеры или предложите свое решение для рынка B2B и B2C.
4. О каких проявлениях современного маркетинга идет речь в описанных ниже примерах? Каким образом компаниям удалось достичь взаимодействия с потребителями? Почему, по Вашему мнению, потребители принимают участие в совершенствовании и продвижении продуктов компаний? 1. Поклонники производителя чипсов Doritos создают качественные рекламные ролики. 2. Водители, использующие навигационное

- приложение Waze, помогают в разработке уникальной системы построения маршрутов.
3. Фирмы LOreal (специализируется на производстве парфюмерии и косметики) и Corning (специализируется на производстве специальных стекол) распространяют рекламный контент с помощью динамических сетей клиентов.
5. Опишите использование цифровых каналов в маркетинге (на конкретном примере). Найдите слабые стороны, диагностируйте их причины и сформируйте гипотезы решения.
6. Провести конкурентный анализ во всех социальных сетях и предложить формат ведения социальных сетей для конкретной фирмы.

Типовые тестовые задания

1. Что такое семантическое ядро?
 - а) набор ключевых слов для продвижения сайта;
 - б) структура сайта;
 - в) метод анализа конкурентов;
 - г) техническое задание для веб-разработчиков.

2. Какой инструмент можно использовать для анализа ключевых слов?
 - а) Google Docs;
 - б) Google Keyword Planner;
 - в) Photoshop;
 - г) Excel.

3. Какова роль метатегов в SEO?
 - а) они определяют визуальный стиль сайта;
 - б) помогают поисковым системам понять содержание страницы;
 - в) ускоряют загрузку страницы;
 - г) являются частью контентного маркетинга.

4. Какой из нижеперечисленных факторов не влияет на SEO?
 - а) качество контента;
 - б) скорость загрузки сайта;
 - в) размер изображений;
 - г) дизайн логотипа.

5. Что такое «внутренние ссылки»?
 - а) ссылки на внешние ресурсы;
 - б) ссылки, ведущие на другие страницы внутри того же сайта;
 - в) ссылки на страницы социальных сетей;
 - г) ссылки на загрузку файлов.

6. Как провести анализ конкурентов?
 - а) игнорировать их существование;
 - б) изучить их сайты, ключевые слова и стратегии продвижения;
 - в) попросить их советы;
 - г) использовать только социальные сети.

7. Что такое «404 ошибка»?
 - а) ошибка на стороне сервера;
 - б) страница не найдена;
 - в) проблема с внешними ссылками;
 - г) ошибка в коде.

8. Какова оптимальная длина мета-заголовка?

- а) 30-40 символов;
- б) 50-60 символов;
- в) 70-80 символов;
- г) 100-120 символов.

9. Что такое «контент-маркетинг»?

- а) способ рекламы товаров;
- б) создание и распространение полезного контента для привлечения аудитории;
- в) оптимизация сайта для поисковых систем;
- г) продвижение через социальные сети.

10. Как часто нужно обновлять контент на сайте?

- а) один раз в год;
- б) регулярно, чтобы поддерживать актуальность;
- в) никогда;
- г) каждый месяц.

11. Что такое «клон контента»?

- а) дубликат контента из других источников;
- б) уникальный контент;
- в) оригинальное содержание;
- г) обновленная версия.

12. Зачем проводить аудит сайта перед продвижением?

- а) для создания нового дизайна;
- б) чтобы выявить проблемы и улучшить SEO;
- в) для привлечения инвестиций;
- г) чтобы изменить хостинг.

13. Что такое «чёрный список» поисковых систем?

- а) лист с сайтом, который попадают в ТОП;
- б) лист с полезными ресурсами;
- в) список партнеров;
- г) перечень запрещенных сайтов из-за нарушений.

14. Какую информацию дает Google Analytics?

- а) данные о текущем состоянии сервера;
- б) списки конкурентов;
- в) информацию о посещаемости и поведении пользователей на сайте;
- г) данные о социальных сетях.

15. Какова цель создания карты сайта (sitemap)?

- а) упростить дизайн сайта;
- б) помочь поисковым системам индексировать страницы сайта;
- в) ускорить загрузку страниц;
- г) улучшить пользовательский интерфейс.

16. Какой из следующих методов является частью off-page SEO?

- а) оптимизация метатегов;
- б) создание качественных внешних ссылок;
- в) оптимизация изображений;

г) улучшение структуры URL;

17. Что такое «bounce rate» (показатель отказов)?

- а) процент пользователей, покинувших сайт после просмотра одной страницы;
- б) время, проведенное пользователем на сайте;
- в) количество страниц, которые посетил пользователь;
- г) количество новых пользователей за определенный период.

18. Какая длина описания (meta description) идеальна для SEO?

- а) 70-100 символов;
- б) 150-160 символов;
- в) 200-220 символов;
- г) 300-350 символов.

19. Что такое «ссылочный профиль» сайта?

- а) общее количество страниц на сайте.
- б) набор внешних и внутренних ссылок, ведущих на сайт.
- в) описание структуры сайта.
- г) количество уникальных пользователей.

20. Какую роль играют социальные сети в поисковом продвижении?

- а) улучшают обмен трафиком и повышают узнаваемость бренда;
- б) не имеют никакого значения для SEO;
- в) уменьшают посещаемость сайта;
- г) параллельный канал для SEO.

3.4. Типовые задания для курсового проекта

Выполнение курсового проекта не предусмотрено.

3 ТРЕБОВАНИЯ К ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОМУ ЗАЧЕТУ ПО ПРАКТИКЕ

Целью оценки по производственной практике является установление степени освоения: 1) профессиональных и общих компетенций; 2) практического опыта и умений.

Дифференцированный зачет по производственной практике выставляется с учетом (или на основании) результатов ее прохождения, подтверждаемых документами соответствующих организаций.

По окончании практики обучающийся составляет письменный отчет и сдает его руководителю практики от университета одновременно с отзывом, подписанным ответственным лицом от профильной организации, учреждения или предприятия.

Отчет должен содержать сведения о конкретно выполненной обучающимся работе в период практики.

4 СТРУКТУРА КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ (КОМ) ДЛЯ ЭКЗАМЕНА ПО МОДУЛЮ

При принятии решения об итоговой оценке по профессиональному модулю учитывается роль оцениваемых показателей для выполнения вида профессиональной деятельности, освоение которого проверяется. При наличии противоречивых оценок по одному тому же показателю при выполнении разных видов работ, решение принимается в пользу студента.

Назначение:

КОМ предназначен для контроля и оценки результатов освоения профессионального модуля ПМ.03 «**Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий**» по специальности 42.02.01 Реклама.

Профессиональные компетенции:

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

Общие компетенции:

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

II. ЗАДАНИЕ ДЛЯ ЭКЗАМЕНУЮЩЕГОСЯ.

Теоретическая часть проведения экзамена по модулю**Защита курсового проекта**

Не предусмотрена.

Вопросы к экзамену

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 информационно-телекоммуникационной 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.

III. ПАКЕТ ЭКЗАМЕНАТОРА

IIIa. УСЛОВИЯ

Выполнение теоретического задания (фронтально);

Ответы предоставляются письменно. Количество вариантов задания для экзаменуемого – 30

Время выполнения задания - 3 академических часа (135 минут)

Оборудование: Бумага, шариковая ручка, карандаш, калькулятор

ШБ. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Выполнение задания:

- обращение в ходе задания к информационным источникам;
- рациональное распределение времени на выполнение задания.

Подготовленный продукт/осуществленный процесс:

Критерии оценки:

95-100 баллов – отлично

80-94 баллов - хорошо

65-79 баллов – удовлетворительно

64 балла и менее - не удовлетворительно

Наименование критериев оценки компетенции	Максимальное количество баллов по критерию	Полученное количество баллов по критерию
Выполнение теоретического задания		
Правильность и последовательность изложения информации	5	
Грамотное изложение фактического материала и владение профессиональной терминологией	5	
Правильные ответы на вопросы при защите задания	5	