

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



ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ) ПРАКТИКЕ
ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами
цифровых коммуникационных технологий

42.02.01 Реклама

Фонд оценочных средств разработан на основе 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: Шиляева Ольга Николаевна, 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 ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРАКТИКИ

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

Результатом освоения программы **производственной (по профилю специальности)** практики является овладение обучающимися первоначальными практическими умениями и навыками в рамках модуля по виду профессиональной деятельности, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями, а также закрепление теоретических знаний, полученных в процессе обучения.

Таблица 1. Требования к результатам освоения практики

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Виды работы	Наименование оценочного средства
1.	Раздел 1. Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	ПК 3.1-3.3, ОК 02	продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	Диф зачет
2.	Раздел 2. Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	ПК 3.1-3.3, ОК 02	продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	Диф зачет

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

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Таблица 2. Уровни сформированности компетенций

ПК 3.1 Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	
Категории	Описание показателей
Иметь практический опыт	- разработки стратегии продвижения бренда в сети Интернет
Уметь	уметь:

	- определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения
Знать	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	
Категории	Описание показателей
Иметь практический опыт	- разработки рекламных кампаний бренда в сети Интернет
Уметь	уметь: - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет - 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
Знать	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	
Категории	Описание показателей
Иметь практический опыт	- в проведении рекламной кампании инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях
Уметь	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	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	
Категории	Описание показателей
Иметь практический опыт	В использовании современных средств поиска, анализа и интерпретации информации и информационных технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
Уметь	уметь: - использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации - использовать информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
Знать	знать: - технологии для выполнения задач профессиональной деятельности

3. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

3.1. Контроль освоения программы учебной практики.

Учебная практика по модулю не предусмотрена.

3.2. Контроль освоения программы производственной практики (по профилю специальности).

3.2.1. Текущий контроль осуществляет руководитель практики от предприятия еженедельно и в конце практики выставляет итоговую оценку.

Итоговая аттестация проводится руководителем практики от учебного заведения в виде собеседования. Аттестация предусмотрена в виде зачета с оценкой (дифференцированного).

3.2.2. Условие допуска студента к зачету по практике является:

- отчет по практике в письменном и электронном виде;
- отзыв руководителя практики от предприятия с оценкой.

3.2.3. Оценка результатов освоения программы производственной практики (по профилю специальности).

Шкала оценивания знаний и практических навыков студентов

Оценка «отлично»:

- от руководителя практики от предприятия получена оценка «отлично»;
- систематизированные, глубокие и полные знания по вопросам программы;
- точное использование научной терминологии, систематически грамотное и логически правильное изложение ответа на вопросы;
- безупречное владение инструментарием, умение его эффективно использовать в постановке научных и практических задач;
- полное и глубокое усвоение основной литературы, рекомендованной программой практики, свободное владение информацией из источников дополнительной литературы;
- умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях дисциплины и давать им критическую оценку, используя научные достижения других дисциплин;
- высокий уровень сформированности заявленных компетенций.

Оценка «хорошо»:

- от руководителя практики от предприятия получена оценка не ниже «хорошо»;
- достаточно полные и систематизированные знания;
- умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях и давать им критическую оценку;
- использование научной терминологии, лингвистически и логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы;
- владение инструментарием, умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;
- усвоение основной литературы, рекомендованной программой практики;
- средний уровень сформированности заявленных компетенций.

Оценка «удовлетворительно»:

- от руководителя практики от предприятия получена оценка не ниже «удовлетворительно»;
- достаточный минимальный объем знаний;
- усвоение основной литературы, рекомендованной программой практики;
- умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях и давать им оценку;
- использование научной терминологии, стилистическое и логическое изложение ответа на вопросы, умение делать выводы без существенных ошибок;

- владение инструментарием, умение его использовать в решении типовых задач;
- достаточный минимальный уровень сформированности заявленных компетенций.

Оценка «неудовлетворительно»:

- фрагментарные знания;
- отказ от ответа;
- знание отдельных рекомендованных источников;
- неумение использовать научную терминологию;
- наличие грубых ошибок;
- низкий уровень сформированности заявленных компетенций.