МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ, СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

КОЛЛЕДЖ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ
Ордена Трудового Красного Знамени федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования
«Московский технический университет связи и информатики» (КТ МТУСИ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

по специальности среднего профессионального образования
42.02.01 РЕКЛАМА

Квалификация выпускника: специалист по рекламе

Образовательная программа на базе основного общего образования

Форма обучения: очная

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 00A4B5DCA3E5B5F1D5C0B6A4D2E8D5E6E6
Владелец: ОРДЕНА ТРУДОВОГО КРАСНОГО ЗНАМЕНИ ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "МОСКОВСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ СВЯЗИ И ИНФОРМАТИКИ"
Действителен с 17.02.2026 до 13.05.2027

2025г.

ОДОБРЕНО:
Предметной (цикловой) комиссией гуманитарных и социальных дисциплин

Протокол № 8
от 26 марта 2025г.

Председатель предметной (цикловой) комиссии
_____/Никитина Д.В./

Разработано на основе федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама, Приказ Минпросвещения России от 21.07.2023 № 552 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2023 № 74908) в соответствии с Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

Рассмотрено и одобрено на заседании методического совета
«08» апреля 2025г. Протокол № 6

СОГЛАСОВАНО:
Заместитель директора по учебной работе
_____/Соломонова А.В.

Организация-разработчик:
КТ МТУСИ, г. Москва

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	12
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	14

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО 42.02.01 Реклама, входящей в состав укрупненной группы специальностей и направлений подготовки 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело, в части освоения основного вида деятельности (ВД): продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий.

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности – продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции.

1.2.1. Перечень общих компетенций

	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.

1.2.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	**Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций**
ВД 3	**Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий**

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

1.2.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Иметь практический опыт	- 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; - разработки 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; - составлять семантическое ядро; - определять эффективные офферы; - разрабатывать алгоритм производственного процесса; - работать в системах аналитики Яндекс.Метрика и Google Analytics; - разрабатывать стратегию продвижения в интернете, включая контекстную и таргетированную рекламу; - настраивать CMS для управления контентом сайта; - вести новостные ленты и бизнес-кабинеты в социальных сетях.
Знать	- типы рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способы разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - процессы поддержки, модернизации и продвижения сайта; - Яндекс Метрику и основные системы аналитики; - параметры настройки контекстной рекламы; - параметры настройки таргетированной рекламы; - программы аналитики аккаунтов в социальных медиа.

1.3. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов – **288**,
в том числе в форме практической подготовки – 75.

Из них на освоение МДК – **138**,
В том числе самостоятельная работа – 13
практики, в том числе учебная – **72**
производственная – **72**
Промежуточная аттестация – **6**

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных, общих компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы	Наименование разделов профессионального модуля	Всего, час	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак час						
				Обучение по МДК					Практика	
					в том числе					
				всего	Лабораторных и практических	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация	Учебная	Производственная
ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06	Раздел 1. Стратегия продвижения бренда в сети Интернет.	**62**	**25**	**62**	**25**		**7**			
ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06	Раздел 2. Запуск рекламной кампании в сети Интернет	**76**	**50**	**76**	**50**		**6**			
	Учебная практика	**72**	**72**						**72**	
	Производственная практика	**72**	**72**							**72**
	Промежуточная аттестация	**6**						**6**		
	Всего	**288**	**282**	**138**	**75**		**13**	**6**	**72**	**72**

2.2. Тематический план и содержание учебного материала профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем акад. часов	Коды компетенций
Раздел 1. Стратегия продвижения бренда в сети Интернет		**62**	
МДК.03.01 Стратегия продвижения бренда в сети Интернет		**62**	
Тема 1.1 **Проведение аналитических работ для продвижения в сети Интернет**	**Содержание учебного материала**	**27**	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06
	Цикл маркетинга. Важные характеристики аудитории. Составляющие коммуникации с заказчиком.	2	
	Самостоятельная работа. Реклама в основных источниках трафика. Цели продвижения.	**2**	
	Оформление и цель брифа. Продукт заказчика. Описание аудитории. Анализ сайта. Анализ конкурентов. Инструменты убеждения на сайте.	2	
	Самостоятельная работа. Анализ социальных сетей.	**2**	
	Понятие аудитории. Таргетирование, сегментирование, предложение. Портрет пользователя. Отстройка от конкурентов через УТП и оффер. Позиционирование.	2	
	Определение ключевых показателей эффективности и их примеры. Воронка продаж и основные показатели.	2	
	Определение кликов и показов. Определение количества переходов. Конверсия и формулы расчета показателей.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	**13**	
	Практическое занятие №1. Планирование маркетинговых активностей по продвижению в среде Интернет.	2	
	Практическое занятие №2. Анализ продвижения в среде Интернет. Анализ контента сайта и поисковых запросов.	2	
	Практическое занятие №3. Разработка описания целевой аудитории. Получение данных о целевой аудитории. Анализ интересов пользователей.	2	
	Практическое занятие №3. Разработка описания целевой аудитории. Получение данных о целевой аудитории. Анализ интересов пользователей.	2	
	Практическое занятие №4. Разработка офферов и УТП для целевых аудиторий. Разработка основных триггеров.	2	

	Практическое занятие №5. Работа с формулами расчета показателей воронки продаж. Построение расчетов кликов и показов.	2	
	Практическое занятие №5. Работа с формулами расчета показателей воронки продаж. Построение расчетов кликов и показов.	1	
Тема 1.2. Проведение подготовительных работ для продвижения в сети Интернет	**Содержание учебного материала**	**25**	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06
	Роль сайта в продвижении в среде Интернет. Основные виды сайтов. Этапы создания сайта. Типовая структура посадочной страницы. Принципы эффективности сайта. Создание посадочной страницы.	2	
	Самостоятельная работа. Дизайн страницы. Тренды дизайна страниц в среде Интернет. Меню страницы. Контент страницы.	**2**	
	Настройки посадочной страницы. Настройки меню, логотипа, кнопок. Настройка ссылок на социальные сети.	2	
	Самостоятельная работа. Адаптация посадочной страницы под мобильные устройства.	**1**	
	Работа с заявками пользователей. Передача и прием данных на сайте. Настройка уведомлений. Настройка платежной системы для сайта. Поисковая оптимизация сайта. Метатеги.	2	
	Создание сообщества в социальной сети ВКонтакте. Графическое оформление сообщества. Текстовое оформление сообщества.	2	
	Создание сообщества в мессенджере. Адаптация контента для мессенджера. Вовлечение подписчиков.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	**12**	
	Практическое занятие №6. Составление структуры посадочной страницы. Разработка целевого действия и заголовка посадочной страницы.	2	
	Практическое занятие №7. Создание посадочной страницы с помощью онлайн-конструктора. Добавление на сайт блога и меню.	2	
	Практическое занятие №8. Проработка технических аспектов запуска посадочной страницы.	2	
	Практическое занятие №9. Разработка текстового и графического оформления сообщества в социальной сети ВКонтакте.	2	
	Практическое занятие №10. Разработка интерактивного оформления сообщества в социальной сети ВКонтакте. Запуск сообщества.	2	
	Практическое занятие №10. Разработка интерактивного оформления сообщества в социальной сети ВКонтакте. Запуск сообщества.	2	
	Лекции	20	

	Практические занятия	25	
	Самостоятельная работа	**7**	
	Консультация	**4**	
	Промежуточная аттестация (экзамен)	**6**	
	ВСЕГО по МДК.03.01	**62**	
Раздел 2. Запуск рекламной кампании в сети Интернет **МДК.03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.**		**76**	
Тема 2.1 **Маркетинговые коммуникации в сети Интернет и новых медиа**	**Содержание учебного материала**		ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06
	Таргетированная реклама и ее особенности. Этапы создания таргетированной рекламы. Форматы размещения рекламы. Составляющие продающего текста. Составляющие креатива.	2	
	Самостоятельная работа Работа с креативными контент-платформами для таргетированной рекламы.	**2**	
	Запуск таргетингов. Обзор рекламного кабинета. Цели и модели оплаты. Обзор настроек рекламного кабинета.	2	
	Парсинг аудиторий. Ретаргетинг. Создание пикселя. Контекстная реклама. Форматы, условия, ценообразование. Семантическое ядро. UTM-метки. Рекламная кампания в Яндекс.Директе. Настройка рекламной кампании в Яндекс.Директе.	2	
	Самостоятельная работа Медийная реклама. Форматы и площадки для медийной рекламы. Запуск медийной рекламы и анализ ее эффективности. Медиапланирование. Структура и формирование медиаплана.	**2**	
	В том числе практических и лабораторных занятий	**28**	
	Практическое занятие №11. Создание рекламных объявлений для VK Рекламы.	2	
	Практическое занятие №11. Создание рекламных объявлений для VK Рекламы.	2	
	Практическое занятие №12. Запуск и тестирование рекламной кампании для разных аудиторий.	2	
	Практическое занятие №12. Запуск и тестирование рекламной кампании для разных аудиторий.	2	
	Практическое занятие №13. Аналитика результатов продвижения рекламной кампании.	2	
	Практическое занятие №13. Аналитика результатов продвижения рекламной кампании.	2	
	Практическое занятие №14. Подготовка сайта к запуску рекламы.	2	

	Практическое занятие №14. Подготовка сайта к запуску рекламы.	2	
	Практическое занятие №15. Сбор семантического ядра.	2	
	Практическое занятие №15. Сбор семантического ядра.	2	
	Практическое занятие №16. Создание поисковой рекламной кампании с семантическим ядром.	2	
	Практическое занятие №16. Создание поисковой рекламной кампании с семантическим ядром.	2	
	Практическое занятие №17. Создание рекламной кампании в рекламной сети Яндекса (РСЯ) с показом рекламы по запросам.	2	
	Практическое занятие №17. Создание рекламной кампании в рекламной сети Яндекса (РСЯ) с показом рекламы по запросам.	2	
Тема 2.2. **Управление реализацией стратегии продвижения в сети Интернет**	**Содержание учебного материала:**		ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06
	Контент-маркетинг. Контент-стратегия и контент-план. Внутренний ресурс распространения контента. Корпоративные и личные блоги. Внешний ресурс распространения контента. Социальные сети.	2	
	Самостоятельная работа. Поисковые системы. Алгоритмы работы поисковых систем.	**2**	
	Оптимизация сайта под требования поисковых систем. Рассылки. Типы рассылок. Продающая рассылка. Работа с UTM-метками. Счетчик Яндекс Метрики. Счетчик Google Analytics. Виды анализа в Яндекс Метрике. Вебвизор в Яндекс Метрике.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	**22**	
	Практическое занятие №18. Разработка контент-стратегии.	2	
	Практическое занятие №18. Разработка контент-стратегии.	2	
	Практическое занятие №18. Разработка контент-стратегии.	2	
	Практическое занятие №19. Запуск рассылок. Проведение A/B-тестирования.	2	
	Практическое занятие №19. Запуск рассылок. Проведение A/B-тестирования.	2	
	Практическое занятие №19. Запуск рассылок. Проведение A/B-тестирования.	2	
	Практическое занятие №20. Создание счётчиков Яндекс Метрики и Google Analytics.	2	
	Практическое занятие №20. Создание счётчиков Яндекс Метрики и Google Analytics.	2	
	Практическое занятие №20. Создание счётчиков Яндекс Метрики и Google Analytics.	2	
	Практическое занятие №21. Использование стандартных отчётов, метрик и группировки счётчиков в Яндекс Метрике.	2	

	Практическое занятие №21. Использование стандартных отчётов, метрик и группировки счётчиков в Яндекс Метрике.		
	Лекции	10	
	Практические занятия	50	
	Самостоятельная работа	**6**	
	Консультация	**4**	
	Промежуточная аттестация (экзамен)	**6**	
	ВСЕГО по МДК.03.02.	**76**	
Учебная практика **Виды работ** 1. Проведение аналитических работ для продвижения в сети Интернет. 2. Проведение подготовительных работ для продвижения в сети Интернет. 3. Осуществление маркетинговых коммуникаций в сети Интернет и новых медиа. 4. Управление реализацией стратегии продвижения в сети Интернет.		**72**	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06
Производственная практика **Виды работ** 1. Проведение аналитических работ для продвижения в сети Интернет (по запросу заказчика). 2. Проведение подготовительных работ для продвижения в сети Интернет (по запросу заказчика). 3. Осуществление маркетинговых коммуникаций в сети Интернет и новых медиа (по запросу работодателя). 4. Управление реализацией стратегии продвижения в сети Интернет (по запросу работодателя).		**72**	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06
Промежуточная аттестация Экзамен по модулю		**6**	
	Всего часов по ПМ.03 Лекции Практические **Учебная практика** **Производственная практика** **Самостоятельная работа** **Консультации** **Экзамен**	**288** 30 75 **72** **72** **13** **8** **18**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Для реализации программы профессионального модуля предусмотрены следующие специальные помещения:

- кабинеты стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, маркетинговых исследований, оснащенные необходимым для реализации программы учебной дисциплины оборудованием,
- техническими средствами обучения: проектор, компьютер, проекционный экран, аудио мониторы.
- лаборатория цифровых коммуникационных технологий;
- площадка работодателя для проведения производственной практики – РОО «Союз дизайнеров Москвы».

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к информационно-коммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КТ МТУСИ.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

Для реализации программы библиотечный фонд КТ МТУСИ имеет печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе.

3.2.1. Основные источники

3.2.1.1. Основные печатные издания

1. Интернет-маркетинг: учебник для вузов / О.Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О.Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2024. — 335 с.
2. Синяева И.М. Маркетинг: учебник для вузов / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2024. — 487 с.
3. Синяева И.М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов. — М.: Юрайт, 2023. — 552 с.
4. Семенова Л.М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л.М. Семенова. — М.: Юрайт, 2024. — 141 с.
5. Технология интернет-маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / О.Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О.Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2024. — 335 с.
6. Федотова Л.Н. Реклама: теория и практика: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2024. — 449 с.
7. Хуссейн И.Д. Цифровые маркетинговые коммуникации: учебное пособие для вузов / И.Д. Хуссейн. — М.: Юрайт, 2024. — 68 с.

3.2.1.2. Основные электронные издания

1. Исерсон И. Как составить семантическое ядро. ISBN 978-5-447-45015-1. — Текст: электронный // Литрес.ру [сайт]. URL:https://www.litres.ru/book/1ps-ru/kak-sostavit-semanticheskoe-yadro-dlya-sayta-17190337/chitat-onlayn/ (дата обращения: 11.05.2024).
2. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2024. — 386 с. —

(Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/536534 (дата обращения: 11.05.2024).

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

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

3.2.1.3. Дополнительные источники

1. Ильяхов М. Пиши, сокращай: Как создавать сильный текст / Максим Ильяхов, Людмила Сарычева. — 4-е изд. — М.: Альпина Паблишер, 2024. — 400 с.

2. Кошик А. Веб-аналитика 2.0 на практике. Тонкости и лучшие методики. ISBN: 978-5-907114-50-0. — М.: Диалектика, 2019. — 528 с.

3. Осипенков Я.М. Google Analytics 4. Веб-потоки. Текст: электронный // Осипенков.ру [сайт]. — URL: https://osipenkov.ru/google-analytics-4-book/ (дата обращения: 11.05.2024).

4. Петров М.Г. Трафик. Старт. Полное руководство по арбитражу трафика / Михаил Петров. — М.: Издательство АСТ, 2023. — 416 с.

5. Щепилова Г.Г. Реклама: учебник для академического бакалавриата / Г.Г. Щепилова, К.В. Щепилов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2018. — 381 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01220-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/412631 (дата обращения: 11.05.2024).

3.2.1.4. Интернет источники

1. Ассоциация коммуникационных агентств России www.akarussia.ru/ (дата обращения: 11.05.2024)

2. Бесплатные онлайн-уроки интернет-профессий и инфографика https://ppc.world/courses/ (дата обращения: 11.05.2024)

3. Блог агентства СЕО-поисковой оптимизации https://seo.ru/chto-takoe-seo/ (дата обращения: 11.05.2024)

4. Блог брендформанс агентства https://texterra.ru/blog/ (дата обращения: 11.05.2024)

5. Блог об интернет-рекламе и веб-аналитике https://elama.ru/blog/?from=menu (дата обращения: 11.05.2024)

6. Блог перформанс-маркетингового агентства https://www.promowebcom.by/analytics/articles/ (дата обращения: 11.05.2024)

7. Блог рекламного агентства https://kokoc.com/blog/ (дата обращения: 11.05.2024)

8. Блог службы рассылок https://www.unisender.com/ru/blog/razbory/ (дата обращения: 11.05.2024)

9. Блог-платформа о маркетинге и дизайне https://vc.ru/ (дата обращения: 11.05.2024)

10. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru (дата обращения: 11.05.2024)

11. Сетевое издание о рекламном рынке www.adindex.ru (дата обращения: 11.05.2024)

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения лабораторных, практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

Итоговой формой контроля является: экзамен по профессиональному модулю.

Код и наименование компетенций, формируемых в рамках модуля	**Критерии оценки**	**Методы оценки результатов обучения**
ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	Имеет практический опыт: - аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; - выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; - постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет. Умеет: - определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет. Знает: - типы рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способы разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях. Использование современной научной и профессиональной терминологии, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение. Кейс-задачи. Защита проекта. Зачет. Результаты выполнения индивидуальных заданий, при проведении квалификационного экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практики.
ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	Имеет практический опыт: - подбора и использования оффера; - разработки рекламной кампании в сети Интернет. Умеет: - составлять семантическое ядро; - определять эффективные	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях. Использование современной научной и профессиональной терминологии, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и

	офферы; - разрабатывать алгоритм производственного процесса. Знает: - процессы поддержки, модернизации и продвижения сайта.	нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение. Кейс-задачи. Защита проекта. Зачет. Результаты выполнения индивидуальных заданий, при проведении квалификационного экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практики.
ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	Имеет практический опыт: - разработки структуры и базовых принципов рекламного сообщения; - реализации рекламной кампании в сети Интернет. Умеет: - работать в системах аналитики Яндекс. Метрика и Google Analytics; - разрабатывать стратегию продвижения в интернете, включая контекстную и таргетированную рекламу; - настраивать CMS для управления контентом сайта; - вести новостные ленты и бизнес-кабинеты в социальных сетях. Знает: - Яндекс Метрику и основные системы аналитики; - параметры настройки контекстной рекламы; - параметры настройки таргетированной рекламы; - программы аналитики аккаунтов в социальных медиа.	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях. Использование современной научной и профессиональной терминологии, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение. Кейс-задачи. Защита проекта. Зачет. Результаты выполнения индивидуальных заданий, при проведении квалификационного экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практики.

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	Умеет: - распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части - определять этапы решения задачи; - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; - составлять план действия; - определять необходимые ресурсы; - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; - реализовывать составленный план; - оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). Знает: - актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; - методы работы в профессиональной и смежных сферах; - структуру плана для решения задач; - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях, зачете, экзамене по модулю в части: - умения генерировать новые идеи для решения задач цифровой экономики, абстрагироваться от стандартных моделей: перестраивать сложившиеся способы решения задач, выдвигать альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов; - навыков анализа и систематизации информации, получаемой в том числе в цифровой образовательной среде; - навыков генерировать новые нетиповые идеи; - умения мыслить нестандартно, обосновывать принимаемые инновационные решения. Использование современной научной и профессиональной терминологии, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практики.

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	Умеет: - определять задачи для поиска информации; - определять необходимые источники информации; - планировать процесс поиска; - структурировать получаемую информацию; - выделять наиболее значимое в перечне информации; - оценивать практическую значимость результатов поиска; - оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; - использовать современное программное обеспечение; - использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач. Знает: - номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; - приемы структурирования информации; - формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; - порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях, зачете, экзамене по модулю в части: - навыков общей цифровой грамотности; - навыков безопасного поведения в цифровой среде; - защиты личных данных и конфиденциальности, анализа и оценки угрозы и рисков информационной безопасности; - противодействия нарушениям информационной безопасности. Использование современной научной и профессиональной терминологии, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практики.
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в	Умеет: - определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях, зачете, экзамене по модулю в части: - способности к

профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.	- применять современную научную профессиональную терминологию; - определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; - выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; - презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; - рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; - определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; - презентовать бизнес-идею; - определять источники финансирования. Знает: - содержание актуальной нормативно-правовой документации; - современная научная и профессиональная терминология; - возможные траектории профессионального развития и самообразования; - основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; - правила разработки бизнес-планов; - порядок выстраивания презентации; - кредитные банковские продукты	саморазвитию в информационной среде; - способности ставить себе образовательные цели под возникающие жизненные задачи, подбирать способы решения и средства развития (в том числе с использованием цифровых средств) других необходимых компетенций. Использование современной научной и профессиональной терминологии, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практики.
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.	Умеет: - организовывать работу коллектива и команды; - взаимодействовать с коллегами, руководством,	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях, зачете, экзамене по модулю в части:

	клиентами в ходе профессиональной деятельности. Знает: - психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; - основы проектной деятельности.	- взаимодействия посредством цифровых технологий, управление виртуальной самопрезентацией; - умения соблюдать правила информационной безопасности; - навыков межличностной и деловой коммуникации в цифровой среде; - участия в социальной жизни с помощью цифровых технологий; - умения поддерживать публичный дискурс, осуществлять сотрудничество через цифровые технологии. Использование современной научной и профессиональной терминологии, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практики.
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.	Умеет: - грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе. Знает: - особенности социального и культурного контекста; - правила оформления документов и построения устных сообщений.	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях, зачете, экзамене по модулю в части: - навыков анализа и систематизации информации, получаемой в том числе в цифровой образовательной среде; - - умения поддерживать публичный дискурс, осуществлять

		сотрудничество через цифровые технологии. Использование современной научной и профессиональной терминологии, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практики.
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.	Умеет: - описывать значимость своей специальности; - применять стандарты антикоррупционного поведения. Знает: - сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; - значимость профессиональной деятельности по специальности; - стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения.	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях, зачете, экзамене по модулю в части: - навыков общей грамотности; - навыков безопасного поведения в цифровой среде. Использование современной научной и профессиональной терминологии, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практики.