

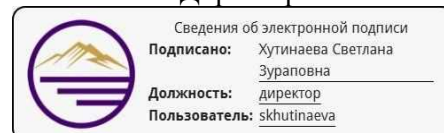
**ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
«ВЛАДИКАВКАЗСКИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»  
(ЧПОУ ВПК)**

**РАССМОТРЕНО**

на заседании Педагогического совета  
Протокол № 12  
от «29» мая 2026 г.

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор ЧПОУ ВПК



Приказ № 30-Д от «29» мая 2026г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

по специальности 42.02.01 «Реклама»

- МДК.03.01 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет  
МДК.03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет

Квалификация подготовки:

специалист по рекламе

Форма обучения: очная

Нормативный срок обучения:

2 года 10 месяцев на базе основного общего образования;

1 год 10 месяцев на базе среднего общего образования

Владикавказ, 2026

Рабочая программа дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 «Реклама».

**Организация-разработчик:** ЧПОУ ВПК

**Разработчик:** к.пед.н., директор колледжа С.З.Хутинаева, нач.уч.части З.А.Томаева

## **СОДЕРЖАНИЕ**

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ  
ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ  
ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

# 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 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:

### 1.1.1. Перечень общих компетенций

| Код           | Наименование общих компетенций                                                                                                                                                                                            |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ОК 01.</b> | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам                                                                                                                         |
| <b>ОК 02.</b> | Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности                                                              |
| <b>ОК 03</b>  | Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях. |

### 1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

| Код            | Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций                                                                |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ВД 3</b>    | Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий            |
| <b>ПК.3.1.</b> | Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет                                                                    |
| <b>ПК.3.2.</b> | Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет                                                                       |
| <b>ПК 3.3.</b> | Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях |

### 1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Владеть навыками | выявления основных и второстепенных конкурентов;<br>проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды;<br>проведения качественных аналитических исследований рынка;<br>выявления основных и второстепенных конкурентов;<br>планирования системы маркетинговых коммуникаций;<br>разработки стратегии маркетинговых коммуникаций;<br>выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет;<br>структуры и базовых принципов рекламного сообщения. |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Уметь | <p>производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;</p> <p>производить качественные аналитические исследования рынка;</p> <p>уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи;</p> <p>преобразовывать требования заказчика в бриф;</p> <p>определять ключевые цели рекламной кампании;</p> <p>разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг;</p> <p>использовать поисковые системы интернета.</p> |
| Знать | <p>способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентно среды;</p> <p>методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития;</p> <p>методики и инструменты для проведения маркетингового исследования;</p> <p>методики рекламного планирования;</p> <p>важность учета пожеланий заказчика при разработке, при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей;</p> <p>типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.</p>                               |

## 1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов 360 часов

в том числе в форме практической подготовки 206 часов

Из них на освоение МДК 240 часов

в том числе самостоятельная работа – 80 часов

практики, в том числе учебная 36 часов

производственная 72 часа

Промежуточная аттестация – 18 часов.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 2.1. Структура профессионального модуля

| Коды профессиональных и общих компетенций | Наименования разделов профессионального модуля                                                                                                                                         | Всего, час. | В т.ч. в форме практической подготовки | Объем профессионального модуля, ак. час. |                                     |                           |                        |                          |          |                  |
|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|----------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------|------------------------|--------------------------|----------|------------------|
|                                           |                                                                                                                                                                                        |             |                                        | Обучение по МДК                          |                                     |                           |                        |                          | Практики |                  |
|                                           |                                                                                                                                                                                        |             |                                        | Всего                                    | В том числе                         |                           |                        |                          | Учебная  | Производственная |
|                                           |                                                                                                                                                                                        |             |                                        |                                          | Лабораторных и практических занятий | Курсовых работ (проектов) | Самостоятельная работа | Промежуточная аттестация |          |                  |
| 1                                         | 2                                                                                                                                                                                      | 3           | 4                                      | 5                                        | 6                                   | 7                         | 8                      | 9                        | 10       | 11               |
| ПК.3.1, ОК.01, ОК.02, ОК.03               | Раздел 1. МДК.03.01 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет                                                                                                                       | 82          | 30                                     | 82                                       | 30                                  | X                         | 26                     | 2                        | X        | X                |
| ПК.3.2, ПК.3.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03       | Раздел 2. МДК.03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях | 194         | 104                                    | 158                                      | 68                                  | X                         | 54                     | 4                        | 36       | X                |
| ПК.3.1, ПК.3.2, ПК.3.3, ОК.01,            | Производственная практика, часов                                                                                                                                                       | 72          | 72                                     |                                          |                                     |                           |                        |                          |          | 72               |

|                 |                          |            |            |            |           |          |           |           |           |           |
|-----------------|--------------------------|------------|------------|------------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| ОК.02,<br>ОК.03 |                          |            |            |            |           |          |           |           |           |           |
|                 | Промежуточная аттестация | 12         |            |            |           | 12       |           |           |           |           |
|                 | <b>Всего:</b>            | <b>360</b> | <b>206</b> | <b>198</b> | <b>98</b> | <b>X</b> | <b>80</b> | <b>18</b> | <b>36</b> | <b>36</b> |

**2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля «ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий»**

| Наименование разделов и тем                                                               | Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) | Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| 1                                                                                         | 2                                                                                                                                               | 3                                                                    |
| <b>Раздел 1. МДК.03.01. Стратегии продвижения бренда в сети Интернет.</b>                 |                                                                                                                                                 | <b>82/30</b>                                                         |
| <b>Тема 1.1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете</b> | <b>Содержание</b>                                                                                                                               | <b>10</b>                                                            |
|                                                                                           | Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории                                                                                   | 2                                                                    |
|                                                                                           | Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз                                                                     |                                                                      |
|                                                                                           | Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в интернете                                                                                    | 2                                                                    |
|                                                                                           | Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда                                                                               |                                                                      |
|                                                                                           | Размещение контекстно-медийных объявлений в сети интернет                                                                                       | 2                                                                    |
|                                                                                           | Проведение аналитической справки конкурентов для реализации стратегии продвижения                                                               | 2                                                                    |
|                                                                                           | Разработка инструментов коммуникации в социальных сетях                                                                                         | 2                                                                    |
|                                                                                           | <b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>                                                                                    | <b>14</b>                                                            |
|                                                                                           | Практическое занятие. Создание и размещение рекламных объявлений в социальных сетях.                                                            | 2                                                                    |
|                                                                                           | Практическое занятие. Разработка концепции стратегии для поисковых систем.                                                                      | 2                                                                    |
|                                                                                           | Практическое занятие. Разработка стратегии проведения для рекламной кампании.                                                                   |                                                                      |
|                                                                                           | Практическое занятие. Настройка таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество. Кнопка Вступить.              | 2                                                                    |
|                                                                                           | Практическое занятие. Сделать сегмент ЦА (отдельно для мужчин, отдельно для женщин) Подключить на сайт Яндекс.Метрику.                          | 2                                                                    |
|                                                                                           | Практическое занятие. Разработать концепцию продвижения личного бренда.                                                                         | 2                                                                    |
|                                                                                           | Практическое занятие. Расчет стоимости перехода клиента. Формирование KPI.                                                                      | 2                                                                    |
|                                                                                           | Практическое занятие. Составить бриф на разработку РК для таргетированной рекламы.                                                              | 2                                                                    |
|                                                                                           | <b>Содержание</b>                                                                                                                               | <b>14</b>                                                            |

|                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                |                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| <b>Тема 1.2.<br/>Проведение<br/>подготовительных<br/>работ для<br/>контекстно-<br/>медийного<br/>продвижения в<br/>интернете</b>                                                                | Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в интернете.                                                | 2              |
|                                                                                                                                                                                                 | Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов по контекстно-медийной стратегии продвижения в интернете. | 2              |
|                                                                                                                                                                                                 | SEO. РСЯ. Email-маркетинг.                                                                                                     | 2              |
|                                                                                                                                                                                                 | Проведение работ по реализации стратегии продвижения в интернете.                                                              | 2              |
|                                                                                                                                                                                                 | Классификация рекламы. SMM. Каналы распространения email-рассылки.                                                             | 2              |
|                                                                                                                                                                                                 | Согласование показателей эффективности и бюджета продвижения с заказчиком.                                                     | 2              |
|                                                                                                                                                                                                 | Системы управления интернет-рекламой.                                                                                          | 2              |
|                                                                                                                                                                                                 | <b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>                                                                   | <b>30</b>      |
|                                                                                                                                                                                                 | Практическое занятие. Создать контент стратегию для личного бренда.                                                            | 2              |
|                                                                                                                                                                                                 | Практическое занятие. Провести исследование системы веб-аналитики. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».        | 2              |
|                                                                                                                                                                                                 | Практическое занятие. Выявить более качественный инструмент в развитии сайта и онлайн-продвижения.                             | 2              |
|                                                                                                                                                                                                 | Практическое занятие. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».                                                     | 2              |
|                                                                                                                                                                                                 | Практическое занятие. Создать тематическое сообщество. Наполнить контентом.                                                    | 2              |
|                                                                                                                                                                                                 | Практическое занятие. Определить влияние таргетированной рекламы на целевую аудиторию                                          | 2              |
|                                                                                                                                                                                                 | Практическое занятие. Проанализировать, где лучше всего применяется email-маркетинг.                                           | 2              |
|                                                                                                                                                                                                 | Практическое занятие. Собрать базу подписчиков при помощи email-маркетинга                                                     | 2              |
| <b>Самостоятельная работа</b>                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                | <b>26</b>      |
| <b>Промежуточная аттестация по МДК 03.02 в форме комплексного экзамена</b>                                                                                                                      |                                                                                                                                | <b>2</b>       |
| <b>Раздел 2. МДК.03.02. Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.</b> |                                                                                                                                | <b>194/104</b> |
| <b>Тема 2.1.<br/>Маркетинговые<br/>коммуникации в</b>                                                                                                                                           | <b>Содержание</b>                                                                                                              | <b>16</b>      |
|                                                                                                                                                                                                 | 1. Web Analytics - аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде.                                              | 4              |
|                                                                                                                                                                                                 | 2. Принципы и практики реализации контекстной рекламы                                                                          | 2              |

|                                                                        |                                                                                                                                  |           |
|------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Интернете и новых медиа</b>                                         | <b>3. Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</b>          | 2         |
|                                                                        | <b>4. Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта</b>                                               | 2         |
|                                                                        | <b>5. Преимущества и недостатки отдельных форматов медийной рекламы; цели использования рекламодателями</b>                      | 2         |
|                                                                        | <b>6. Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга</b>                                                   | 2         |
|                                                                        | <b>7. Алгоритмы и результаты поискового продвижения.</b>                                                                         | 2         |
|                                                                        | <b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>                                                                           | <b>28</b> |
|                                                                        | 1. Использование методов проведения анализа эффективности маркетинговой активности в сети «Интернет»                             | 2         |
|                                                                        | 2. Создание email-рассылок: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические и ссылочные.                                      | 2         |
|                                                                        | 3. Внедрение основными инструментами для оценки эффективности рекламной кампании                                                 | 2         |
|                                                                        | 4. Разработка контентной составляющей для личного бренда                                                                         | 2         |
|                                                                        | 5. Оценка эффективности продвижения рекламного агентства                                                                         | 2         |
|                                                                        | 6. Стоимость одного подписчика. Конверсия сайта через таргет.                                                                    | 2         |
|                                                                        | 7. Выбор цели для настройки. 12 категорий Вконтакте. Создание тестового режима a/b тестирования. Создание креативов для рекламы. | 4         |
|                                                                        | 8. Проанализировать внешнюю и внутреннюю оптимизации.                                                                            | 4         |
|                                                                        | 9. Оптимизация meta-информации страницы                                                                                          | 4         |
|                                                                        | 10. Составить продающую цепочку для чат-бота                                                                                     | 4         |
| <b>Тема 2.2. Управление реализацией стратегии интернет-продвижения</b> | <b>Содержание</b>                                                                                                                | <b>16</b> |
|                                                                        | 1. Технологии привлечения посетителей на сайт                                                                                    | 4         |
|                                                                        | 2. Области и стратегии применения цифрового маркетинга                                                                           | 2         |
|                                                                        | 3. Этапы осуществления компаний.                                                                                                 | 2         |
|                                                                        | 4. Формулирование целей цифрового маркетинга для компаний.                                                                       | 2         |
|                                                                        | 5. E-mail- и вирусный маркетинг.                                                                                                 | 2         |
|                                                                        | 6. Инструменты и методы цифрового маркетинга.                                                                                    | 2         |
|                                                                        | 7. Поведенческий таргетинг, матрица потребности                                                                                  | 2         |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                   |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>                            | <b>40</b>  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 1. Разработка уникального торгового предложения                                   | 4          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 2. Продвижение нового товара с применением современных маркетинговых инструментов | 4          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 3. Визуальное оформление контента для личного бренда                              | 4          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 4. Разработать концепцию и план проведения рекламной и/или PR компании            | 4          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 5. Swot анализ и Pest анализ компании                                             | 4          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 6. Позиционирование бренда. Платформа                                             | 4          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 7. Алгоритмы поисковых систем и соц. сетей                                        | 4          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 8. Воронка продаж. Скрипт коммерческого предложения                               | 4          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 9. Проведение рекламных кампаний в социальных медиа                               | 4          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 10. Анализ трафика на веб-сайт                                                    | 4          |
| <b>Самостоятельная работа</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                   | <b>54</b>  |
| <b>Учебная практика</b><br><b>Виды работ</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ознакомление с конструктором сайтов</li> <li>2. Разработка графических элементов</li> <li>3. Создание концепции графического оформления</li> <li>4. Разработка структуры и схемы сайта</li> <li>5. Сборка сайта. Подготовка. Защита проекта</li> </ol>                                                                                                                 |                                                                                   | <b>36</b>  |
| <b>Промежуточная аттестация по МДК 03.02 в форме комплексного экзамена</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                   | <b>4</b>   |
| <b>Производственная практика <i>раздела</i></b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Виды работ</li> <li>2. Создание клиентской базы для рекламного предприятия</li> <li>3. Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии.</li> <li>4. Изготовить рекламный и/или PR материал.</li> <li>5. Подготовить презентационный отчет о ходе практики.</li> <li>6. Изготовленная рекламная продукция. Защита проекта.</li> </ol> |                                                                                   | <b>72</b>  |
| <b>Всего</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                   | <b>360</b> |

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Маркетинговых исследований, оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2.4 примерной образовательной программы по специальности.

#### 3.2. Информационное обеспечение реализации программы

##### Основные источники

1. Катаев, А. В. Digital-маркетинг : учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2020. — 161 с. — ISBN 978-5-9275-3437-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/100169.html>

2. 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>

3. Бекмурзаев, И. Д. Цифровой маркетинг : учебное пособие / И. Д. Бекмурзаев, Я. Э. Дадаев. — Грозный : Чеченский государственный университет, 2024. — 104 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/147959.html>

4. Кульназарова, А. В. Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью : учебник для СПО / А. В. Кульназарова. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 143 с. — ISBN 978-5-4488-1602-4, 978-5-4497-2068-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/128353.html>

5. Ащева, О. Г. Цифровая компетенция: поисковое продвижение мультязычных веб-ресурсов : учебное пособие / О. Г. Ащева. — Ульяновск : Ульяновский государственный технический университет, 2023. — 116 с. — ISBN 978-5-9795-2359-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/149309.html>

6. Епифанова А.Г. Продвижение дизайн-продукта в социальных сетях [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Епифанова А.Г.— Электрон. текстовые данные.— Челябинск: Южно-Уральский технологический университет, 2022.— 237 с.— Режим доступа: <https://www.iprbookshop.ru/125039>

7. Алексеева Н.В. Методы повышения эффективности продаж на основе аналитических компонентов интернет-маркетинга. / Н. В. Алексеева, Н. В. Казакова, М. В. Сазонова // Вестник Государственного университета просвещения. Серия: Экономика. 2019. №1. С. 8-15. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-povysheniya-effektivnosti-prodazh-na-osnove-analiticheskikh-komponentov-internet-marketinga>

8. Борисов, А. А. Методические подходы в интернет-маркетинге. Основные метрики и показатели эффективности рекламной кампании / А. А. Борисов // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – № 2-1. – С. 49-52. URL: <https://vael.ru/ru/article/view?id=292>

9. Терентьев, Ю. В. Проектирование брендинговых кампаний : учебное пособие / Ю. В. Терентьев. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 103 с. — ISBN 978-5-7937-1908-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/118411.html>

#### **Дополнительные источники**

Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: [www.a-z.ru/assoc/osr/](http://www.a-z.ru/assoc/osr/)
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>
3. Сайт о рекламном рынке [adindex.ru](http://adindex.ru/);
4. Сайт Федеральной антимонопольной службы [www.fas.gov.ru](http://www.fas.gov.ru) ;
5. Сайт: [www.advertology.ru/](http://www.advertology.ru/)

### **4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

| <b>Код ПК и ОК,<br/>формируемых<br/>в рамках<br/>модуля</b> | <b>Критерии оценки</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>Методы оценки</b>                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ОК 01</b>                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- выбор и применение способов решения профессиональных задач;</li> <li>- оценка эффективности и качества выполнения задач;</li> <li>- знание более одного способа решения профессиональной задачи;</li> <li>- аргументация выбора конкретного способа.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                | <p>Штудирование</p> <p>Тестирование</p> <p>Выполнение практических заданий</p> <p>Выполнение заданий на дифференцированном зачете, экзамене по модулю</p> |
| <b>ОК 02</b>                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- соответствие найденной информации заданной теме (задаче);</li> <li>- владение разными способами представления информации;</li> <li>- результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;</li> <li>- объективный анализ найденной информации;</li> <li>- использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития</li> </ul> |                                                                                                                                                           |
| <b>ОК 03</b>                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности;</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                           |

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- выстраивание траектории профессионального развития и самообразования;</li> <li>- осознанное планирование повышения квалификации.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                             |  |
| <b>ПК 3.1</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять и классифицировать рекламу;</li> <li>- применять полученные знания в практической реализации поставленных задач с учетом стандартов компетенции «Реклама»;</li> </ul>                                                                                                                                                                                        |  |
| <b>ПК 3.2</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- выстраивать каналы рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»;</li> <li>- работать с нормативными документами в области рекламы;</li> <li>- выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности с учетом стандартов компетенции «Реклама»</li> </ul>                                                        |  |
| <b>ПК 3.3</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- участников рекламной деятельности и их функции;</li> <li>- классификацию рекламы;</li> <li>- процесс рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»;</li> <li>- виды и формы рекламы, рекламные кампании с учетом стандартов компетенции «Реклама»;</li> <li>- понятие и основы брендинга;</li> <li>- методы оценки эффективности рекламы.</li> </ul> |  |