



Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВОСТОЧНО-ЕВРОПЕЙСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

Пушкинская ул., д. 268, 426008, г. Ижевск. Тел.: (3412) 77-68-24. E-mail: mveu@mveu.ru, www.mveu.ru
ИНН 1831200089. ОГРН 1201800020641

УТВЕРЖДАЮ:

Директор

В.В.Новикова

«__» _____ 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
профессионального модуля

ПМ.06 Реклама. Цифровой маркетинг

по специальности

42.02.01 Реклама

2023

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

Организация разработчик:

Автономная некоммерческая профессиональная образовательная
организация "Международный Восточно-Европейский колледж"

Рабочая программа рассмотрена на ПЦК

Протокол № 1 « 28 » 08 2023 г.

Председатель ПЦК [подпись] / Шурикова С.А. /

Согласовано:

Организация-партнер:

[подпись]

Руководитель: [подпись] / Васильев П.В. /

«29» 08 2023 г.



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**
- 5. Методические рекомендации по разработке и реализации
адаптированных образовательных программ среднего
профессионального образования**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.06 Реклама. Цифровой маркетинг

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности «Реклама. Цифровой маркетинг. (самостоятельное планирование, реализация, анализ и продвижение рекламной кампании, в том числе в сети интернет)», соответствующие ему общие компетенции, личностные результаты и профессиональные компетенции.

1.1.1. Перечень общих и профессиональных компетенций и личностных результатов:

2. Код	Наименование общих компетенций
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ЛР 1 Осознающий себя гражданином и защитником великой страны.

ЛР 2 Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.

ЛР 3 Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.

ЛР 4 Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа».

ЛР 5 Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России.

ЛР 6 Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях.

ЛР 7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.

ЛР 8 Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.

ЛР 9 Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.

ЛР 10 Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.

ЛР 11 Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.

ЛР 13 Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности

ЛР 14 Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности

ЛР 15 Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем

ЛР 16 Принимающий основы экологической культуры, соответствующей современному уровню экологического мышления, применяющий опыт экологически ориентированной рефлексивно-оценочной и практической деятельности в жизненных ситуациях и профессиональной деятельности

ЛР 17 Проявляющий ценностное отношение к культуре и искусству, к культуре речи и культуре поведения, к красоте и гармонии

ОК	Соответствующие личностные результаты
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	ЛР 1 Осознающий себя гражданином и защитником великой страны. ЛР 2 Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций. ЛР 4 Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа». ЛР 6 Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях. ЛР 7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности. ЛР 14 Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности ЛР 15 Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем ЛР 17 Проявляющий ценностное отношение к культуре и искусству, к культуре речи и культуре поведения, к красоте и гармонии
ОК 2. Организовывать	ЛР 3 Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам

собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих. ЛР 4 Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа». ЛР 7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности. ЛР 9 Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях. ЛР 10 Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой. ЛР 11 Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры. ЛР 13 Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности ЛР 14 Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности ЛР 15 Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем ЛР 16 Принимающий основы экологической культуры, соответствующей современному уровню экологического мышления, применяющий опыт экологически ориентированной рефлексивно-оценочной и практической деятельности в жизненных ситуациях и профессиональной деятельности
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	ЛР1 Осознающий себя гражданином и защитником великой страны. ЛР2 Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций. ЛР3 Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих. ЛР7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности. ЛР 9 Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся

	ситуациях. ЛР10 Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой. ЛР11 Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	ЛР3 Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих. ЛР4 Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа». ЛР7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности. ЛР8 Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства. ЛР10 Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой. ЛР 14 Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	ЛР3 Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих. ЛР4 Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа». ЛР7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности. ЛР10 Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой. ЛР 15 Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	ЛР2 Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций. ЛР3 Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и

	предупреждающий социально опасное поведение окружающих. ЛР4 Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа». ЛР5 Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России. ЛР6 Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях. ЛР7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности. ЛР8 Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства. ЛР13 Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности ЛР 15 Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	ЛР2 Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций. ЛР3 Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих. ЛР4 Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа». ЛР5 Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России. ЛР6 Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях. ЛР7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности. ЛР8 Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.

	ЛР13 Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	ЛР 1 Осознающий себя гражданином и защитником великой страны. ЛР2 Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций. ЛР3 Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих. ЛР 14 Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности ЛР 16 Принимающий основы экологической культуры, соответствующей современному уровню экологического мышления, применяющий опыт экологически ориентированной рефлексивно-оценочной и практической деятельности в жизненных ситуациях и профессиональной деятельности
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	ЛР 1 Осознающий себя гражданином и защитником великой страны. ЛР 2 Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций. ЛР 3 Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих. ЛР 4 Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа». ЛР 7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности. ЛР 8 Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства ЛР9 Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях. ЛР14 Проявляющий сознательное отношение к непрерывному

	образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности
--	---

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование вида деятельности и профессиональных компетенций
ВД 6	Реклама. Цифровой маркетинг. (самостоятельное планирование, реализация, анализ и продвижение рекламной кампании, в том числе в сети интернет)
ПК 1.5.	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
ПК 2.1.	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
ПК 2.2.	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
ПК 4.1.	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей
ПК 6.1.	Проработка новых игровых механик и обновление старых с учетом интересов целевой аудитории и психологии игроков
ПК 6.2.	Умение пользоваться системами контроля версий(git) Работа с базами данных и сетевыми коммуникациями
ПК 6.3.	Анализировать требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка
ПК 6.4.	Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта
ПК 6.5.	Разрабатывать и создавать дизайн-макеты для эффективной визуальной коммуникации
ПК 6.6.	Разработка технического задания на создание продукта в сфере Креативных индустрий
ПК 6.7.	Создание графических дизайн – макетов продукта
ПК 6.8.	Планирование профессиональной деятельности в сфере Креативных индустрий
ПК 6.9.	Обеспечивать правовое и юридическое сопровождение рекламного проекта.
ПК 6.10.	Осуществлять контроль исполнения на соответствие рекламной идее и заказу рекламодателя.
ПК 6.11.	Взаимодействовать с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта.
ПК 6.12.	Реализовывать технологии продвижения рекламного продукта.
ПК 6.13.	Создавать сценарии и рекламные тексты.

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:

ПО1 выполнения реальных заказов;

ПО2 разработки и проведения рекламной деятельности;

ПО3 самостоятельного планирования, реализации и анализа продвижения рекламной кампании в сети интернет

Знать:

31 основные понятия и принципы рекламной деятельности, маркетинга;

32 значение рекламы в маркетинговых коммуникациях;

33 виды рекламы и инструменты создания рекламы;

- 34 правила проведения исследования рынка и целевой аудитории;
- 35 методы оценки эффективности рекламной кампании;
- 36 психологические особенности воздействия рекламных средств на людей;
- 37 методы анализа конкурентов, способы сбора и обработки данных;
- 38 аналитику каналов продвижения;
- 39 признаки уязвимых мест в рекламных кампаниях, формирование новых гипотез.
- 310 юридические аспекты рекламной индустрии;
- 311 методы оценки эффективности рекламной кампании в интернете;
- 312 способы настройки рекламных кабинетов: Таргет в социальных сетях ВКонтакте, Одноклассники;
- 313 способы инструменты аналитики каналов продвижения в интернете.

Уметь:

- У1 выявлять потребности клиента через брифинг;
- У2 создавать тематическое планирование;
- У3 анализировать целевую аудиторию и рынок;
- У4 формировать уникальное торговое предложение для целевой аудитории;
- У5 создавать привлекательный рекламный образ (креатив) для целевой аудитории;
- У6 создавать рекламные тексты, владеть навыком копирайтинга;
- У7 строить воронку конверсии и проводить исследования продуктов;
- У8 выбирать правильные каналы продвижения;
- У9 анализировать эффективность рекламной кампании;
- У10 создавать синопсис/ мудборд на основе референсов для рекламной кампании;
- У11 организовывать промоушн бренда (имиджевые акции, кросс-акции, промо-акции и т.д.);
- У12 рационально использовать рекламный бюджет;
- У13 взаимодействовать с заказчиком на всех этапах рекламной кампании;
- У14 осуществлять поиск рекламных идей;
- У15 определять целевую аудиторию, сегментировать базы, работать с большими объемами данных;
- У16 разрабатывать интернет-стратегию позиционирования бренда в рекламной кампании;
- У17 разрабатывать авторские рекламные проекты для социальных сетей;
- У18 проводить аудит сайта;
- У19 составлять и оформлять тексты рекламных объявлений;
- У20 создавать лендинг в конструкторах; конструировать продуктовые страницы для продвижения товаров/услуг;
- У21 интегрировать лендинг и базу CRM для сбора контактов;
- У22 создавать рекламный дизайн в онлайн-конструкторах и дизайнерских программах;
- У23 настраивать рекламные кампании в социальных сетях ВК (Органика/Таргет);
- У24 анализировать конкурентов и отстраиваться от них;
- У25 создавать коммуникационные стратегии в социальных сетях ВКонтакте \ Одноклассники, сообществах (блогеры, инфлюенсы, партнеры, СМИ и т.д.);
- У26 работать с репутацией бренда в социальных сетях ВКонтакте\Одноклассники;
- У27 создавать макеты для разных каналов продвижения в интернете;
- У28 продвигать с помощью SEO продуктовые страницы;
- У29 создавать мессенджеры продаж (скрипты продаж);
- У30 считать аналитику эффективности таргетинговой рекламы в социальных сетях ВКонтакте и Одноклассниках;
- У31 умеет собирать аналитику, формулировать гипотезы, запускать А/Б тесты;
- У32 осуществлять самоконтроль изготовления продукции в части соответствия ее рекламной цели.

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов 522.

в том числе в форме практической подготовки 70 час.

Из них на освоение МДК 270 час.

в том числе самостоятельная работа 90 час.

практики, в том числе учебная 72 час.

производственная (по профилю специальности) 180 час.

Промежуточная аттестация по МДК, практикам – дифференцированные зачеты.

Итоговая аттестация по модулю – квалификационный экзамен.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды ПК, ОК	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					
					Лабораторны хи практических занятий	Курсовы х работ (проектов)	Самосто ятельна я работа	Промежуточн	Учебная	Производ ственная
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 1.5,2.1.,2.2.,4.1., 6.3, 6.4,6.9-6.13 ОК 1-6, 9, ЛР 1-11, 13-17	Раздел 1. Реклама.	162	42	162	42		54			
ПК 1.5,2.1.,2.2.,4.1., 6.3, 6.4,6.9-6.13 ОК 1-6, 9, ЛР 1-11, 13-17	Раздел 2. Цифровой маркетинг: СММ- продвижение	108	28	108	28		36			
ПК 1.5,2.1.,2.2.,4.1., 6.1-6.13 ОК 1-9, ЛР 1-11, 13-17	Учебная практика	72	72						72	
ПК 1.5,2.1.,2.2.,4.1., 6.1-6.13 ОК 1-9, ЛР 1-11, 13-17	Производственная практика (по профилю специальности), часов	180	180							180
	Промежуточная аттестация	-								
	Всего:	522	322	270	70		90		72	180

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч
1	2	3
МДК 06.01. Реклама.		162/42
Раздел 1: Реклама		
Тема 1. Рекламная кампания.	Содержание учебного материала 31 основные понятия и принципы рекламной деятельности, маркетинга; 32 значение рекламы в маркетинговых коммуникациях; 33 виды рекламы и инструменты создания рекламы; 34 правила проведения исследования рынка и целевой аудитории; 36 психологические особенности воздействия рекламных средств на людей; 310 юридические аспекты рекламной индустрии;	18
	1 . Реклама, общество, законодательство.	2
	2 . Виды и инструменты рекламы.	2
	3 . Исследование рынка и целевой аудитории. Сегментация.	2
	4 . Правовые аспекты рекламной деятельности.	4
	В том числе практических занятий и лабораторных работ (в форме практической подготовки в виде работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью,	8

	согласно приказа Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05.08.2020 г. № 885/390 О практической подготовке обучающихся) У1 выявлять потребности клиента через брифинг; У3 анализировать целевую аудиторию и рынок; У4 формировать уникальное торговое предложение для целевой аудитории; У10 создавать синопсис/ мудборд на основе референсов для рекламной кампании; У12 рационально использовать рекламный бюджет; У13 взаимодействовать с заказчиком на всех этапах рекламной кампании.	
	Практическое занятие № 1. Составление брифа для разработки рекламной кампании.	4
	Практическое занятие № 2. Аналитические кейсы. Работа с кейсами (поиск кейсов на заданную тематику: проблематика логистики компании, анализ стратегии компании).	4
Тема 2. Каналы	Содержание учебного материала 31 основные понятия и принципы рекламной деятельности, маркетинга; 32 значение рекламы в маркетинговых коммуникациях; 33 виды рекламы и инструменты создания рекламы; 34 правила проведения исследования рынка и целевой аудитории; 35 методы оценки эффективности рекламной кампании; 36 психологические особенности воздействия рекламных средств на людей; 37 методы анализа конкурентов, способы сбора и обработки данных; 38 аналитику каналов продвижения; 39 признаки уязвимых мест в рекламных кампаниях, формирование новых гипотез.	22
	Модели рекламного воздействия.	2
	Цифровые каналы продвижения.	2
	Реклама и продажи.	4
	Медиапланирование.	4
	В том числе практических занятий и лабораторных работ (в форме практической подготовки в виде работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, согласно приказа Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05.08.2020 г. № 885/390 О практической подготовке обучающихся) У2 создавать тематическое планирование; У3 анализировать целевую аудиторию и рынок; У4 формировать уникальное торговое предложение для целевой аудитории; У5 создавать привлекательный рекламный образ (креатив) для целевой аудитории; У6 создавать рекламные тексты, владеть навыком копирайтинга;	10

	У7 строить воронку конверсии и проводить исследования продуктов; У8 выбирать правильные каналы продвижения; У9 анализировать эффективность рекламной кампании; У10 создавать синопсис/ мудборд на основе референсов для рекламной кампании; У11 организовывать промоушн бренда (имиджевые акции, кросс-акции, промо-акции и т.д.); У12 рационально использовать рекламный бюджет; У13 взаимодействовать с заказчиком на всех этапах рекламной кампании.	
	Практическое занятие № 3. Составление контент-плана по продвижению компании. Выбор оптимальных каналов продвижения.	6
	Практическое занятие № 4. Проектная работа (выбор компании в интернете, разложить на 4Р (продукт, цена, продвижение, место продажи)).	4
Тема 3. Эффективность рекламной деятельности: ключевые метрики	Содержание учебного материала 31 основные понятия и принципы рекламной деятельности, маркетинга; 32 значение рекламы в маркетинговых коммуникациях; 33 виды рекламы и инструменты создания рекламы; 34 правила проведения исследования рынка и целевой аудитории; 35 методы оценки эффективности рекламной кампании; 36 психологические особенности воздействия рекламных средств на людей; 37 методы анализа конкурентов, способы сбора и обработки данных; 38 аналитику каналов продвижения; 39 признаки уязвимых мест в рекламных кампаниях, формирование новых гипотез.	16
	Анализ эффективности рекламной кампании.	6
	Ключевые показатели эффективности рекламной кампании.	6
	В том числе практических занятий и лабораторных работ (в форме практической подготовки в виде работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, согласно приказа Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05.08.2020 г. № 885/390 О практической подготовке обучающихся) У1 выявлять потребности клиента через брифинг; У2 создавать тематическое планирование; У3 анализировать целевую аудиторию и рынок; У4 формировать уникальное торговое предложение для целевой аудитории; У7 строить воронку конверсии и проводить исследования продуктов; У8 выбирать правильные каналы продвижения; У9 анализировать эффективность рекламной кампании; У11 организовывать промоушн бренда (имиджевые акции, кросс-акции, промо-акции и	4

	т.д.); У12 рационально использовать рекламный бюджет; У13 взаимодействовать с заказчиком на всех этапах рекламной кампании.	
	Практическое занятие № 5. Анализ рекламной кампании в интернете. Построение гипотез.	4
Тема 4. Копирайтинг рекламного текста.	Содержание учебного материала 31 основные понятия и принципы рекламной деятельности, маркетинга; 32 значение рекламы в маркетинговых коммуникациях; 33 виды рекламы и инструменты создания рекламы; 34 правила проведения исследования рынка и целевой аудитории; 35 методы оценки эффективности рекламной кампании; 36 психологические особенности воздействия рекламных средств на людей; 37 методы анализа конкурентов, способы сбора и обработки данных; 38 аналитику каналов продвижения; 39 признаки уязвимых мест в рекламных кампаниях, формирование новых гипотез.	16
	Позиционирование УТП компании через текст.	6
	Продающие тексты по формуле AIDA.	6
	В том числе практических занятий и лабораторных работ (в форме практической подготовки в виде работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, согласно приказа Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05.08.2020 г. № 885/390 О практической подготовке обучающихся) У1 выявлять потребности клиента через брифинг; У2 создавать тематическое планирование; У3 анализировать целевую аудиторию и рынок; У4 формировать уникальное торговое предложение для целевой аудитории; У5 создавать привлекательный рекламный образ (креатив) для целевой аудитории; У6 создавать рекламные тексты, владеть навыком копирайтинга; У8 выбирать правильные каналы продвижения; У10 создавать синопсис/ мудборд на основе референсов для рекламной кампании; У11 организовывать промоушн бренда (имиджевые акции, кросс-акции, промо-акции и т.д.); У12 рационально использовать рекламный бюджет; У13 взаимодействовать с заказчиком на всех этапах рекламной кампании.	4
	Практическое занятие № 6. Позиционирование УТП компании через текст.	4
Тема 5. Визуальные концепции рекламных сообщений.	Содержание учебного материала 31 основные понятия и принципы рекламной деятельности, маркетинга; 32 значение рекламы в маркетинговых коммуникациях;	12

	33 виды рекламы и инструменты создания рекламы; 34 правила проведения исследования рынка и целевой аудитории; 36 психологические особенности воздействия рекламных средств на людей; 37 методы анализа конкурентов, способы сбора и обработки данных; 38 аналитику каналов продвижения;	
	Создание рекламного текста под психологические портреты целевой аудитории.	4
	В том числе практических занятий и лабораторных работ (в форме практической подготовки в виде работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, согласно приказа Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05.08.2020 г. № 885/390 О практической подготовке обучающихся) У1 выявлять потребности клиента через брифинг; У2 создавать тематическое планирование; У3 анализировать целевую аудиторию и рынок; У4 формировать уникальное торговое предложение для целевой аудитории; У5 создавать привлекательный рекламный образ (креатив) для целевой аудитории; У6 создавать рекламные тексты, владеть навыком копирайтинга; У8 выбирать правильные каналы продвижения; У10 создавать синопсис/ мудборд на основе референсов для рекламной кампании; У11 организовывать промоушн бренда (имиджевые акции, кросс-акции, промо-акции и т.д.); У13 взаимодействовать с заказчиком на всех этапах рекламной кампании.	8
	Практическое занятие № 7. Написать рекламный текст, направленный на разные целевые аудитории.	4
Тема 6. Концепции и креативы.	Содержание учебного материала 31 основные понятия и принципы рекламной деятельности, маркетинга; 32 значение рекламы в маркетинговых коммуникациях; 33 виды рекламы и инструменты создания рекламы; 34 правила проведения исследования рынка и целевой аудитории; 35 методы оценки эффективности рекламной кампании; 36 психологические особенности воздействия рекламных средств на людей; 37 методы анализа конкурентов, способы сбора и обработки данных; 38 аналитику каналов продвижения; 39 признаки уязвимых мест в рекламных кампаниях, формирование новых гипотез.	22
	Тексты для разных каналов продвижения.	4
	Креатив в текстах. Разработка концепции.	6
	В том числе практических занятий и лабораторных работ (в форме практической	12

	подготовки в виде работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, согласно приказа Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05.08.2020 г. № 885/390 О практической подготовке обучающихся) У1 выявлять потребности клиента через брифинг; У2 создавать тематическое планирование; У3 анализировать целевую аудиторию и рынок; У4 формировать уникальное торговое предложение для целевой аудитории; У5 создавать привлекательный рекламный образ (креатив) для целевой аудитории; У6 создавать рекламные тексты, владеть навыком копирайтинга; У7 выбирать правильные каналы продвижения; У9 создавать синопсис/ мудборд на основе референсов для рекламной кампании; У10 организовывать промоушн бренда (имиджевые акции, кросс-акции, промо-акции и т.д.); У13 взаимодействовать с заказчиком на всех этапах рекламной кампании.	
	Практическое занятие № 8. Разработать рекламный текст, направленный на определенную концепцию рекламной кампании.	6
	Практическое занятие № 9. Составить текст для различных каналов продвижения.	6
Тематика самостоятельной учебной работы при раздела 1 МДК 06.01 1. Перекрестный анализ продуктов/коллективный анализ результата. 2. Проработка лекций 3. Подготовка к практическим заданиям		54
Дифференцированный зачет		2
Раздел 2. Цифровой маркетинг: СММ-продвижение		72/28
МДК 06.02. Цифровой маркетинг: СММ-продвижение		72/28
Стратегии продвижения бренда в digital.		
Тема 1. Организация промоушен бренда в digital (имиджевые акции, кросс-акции, промо-акции и т.д.).	Содержание учебного материала 311 методы оценки эффективности рекламной кампании в интернете; 312 способы настройки рекламных кабинетов: Таргет в социальных сетях ВКонтакте, Одноклассники; 313 способы инструменты аналитики каналов продвижения в интернете.	12
	Понятие бренда. Репутация бренда в интернете.	2
	Реклама в ВКонтакте и Одноклассниках.	2
	Продвижение бренда в социальных сетях.	2
	Продвижение бренда в digital среде.	2

	В том числе практических и лабораторных занятий (в форме практической подготовки в виде работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, согласно приказа Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05.08.2020 г. № 885/390 О практической подготовке обучающихся) У14 осуществлять поиск рекламных идей; У15 определять целевую аудиторию, сегментировать базы, работать с большими объемами данных; У19 составлять и оформлять тексты рекламных объявлений; У22 создавать рекламный дизайн в онлайн-конструкторах и дизайнерских программах; У23 настраивать рекламные кампании в социальных сетях ВК (Органика/Таргет); У24 анализировать конкурентов и отстраиваться от них; У25 создавать коммуникационные стратегии в социальных сетях ВКонтакте \ Одноклассники, сообществах (блогеры, инфлюенсы, партнеры, СМИ и т.д.); У26 работать с репутацией бренда в социальных сетях ВКонтакте\Одноклассники; У27 создавать макеты для разных каналов продвижения в интернете; У30 считать аналитику эффективности таргетинговой рекламы в социальных сетях ВКонтакте и Одноклассниках; У31 умеет собирать аналитику, формулировать гипотезы, запускать А/Б тесты; У32 осуществлять самоконтроль изготовления продукции в части соответствия ее рекламной цели.	4
	Практическое занятие № 10. Составление контент-плана по продвижению компании в интернете, направленного на поддержание имиджа.	4
Разработка и запуск продуктовых страниц		
Тема 2 Копирайтинг / SEO-тексты.	Содержание учебного материала 311 методы оценки эффективности рекламной кампании в интернете; 312 способы настройки рекламных кабинетов: Таргет в социальных сетях ВКонтакте, Одноклассники; 313 способы инструменты аналитики каналов продвижения в интернете.	16
	Копирайтинг. Рерайт текста.	2
	SEO-тексты. SEO-статья. SEO-копирайтинг. Структура написания.	4
	SEO-продвижение. Ключевые слова.	2
	В том числе практических и лабораторных занятий (в форме практической подготовки в виде работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, согласно приказа Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05.08.2020 г. № 885/390 О практической подготовке обучающихся)	8

	У14 осуществлять поиск рекламных идей; У15 определять целевую аудиторию, сегментировать базы, работать с большими объемами данных; У16 разрабатывать интернет-стратегию позиционирования бренда в рекламной кампании; У18 проводить аудит сайта; У19 составлять и оформлять тексты рекламных объявлений; У24 анализировать конкурентов и отстраиваться от них; У27 создавать макеты для разных каналов продвижения в интернете; У28 продвигать с помощью SEO продуктовые страницы; У29 создавать мессенджеры продаж (скрипты продаж); У30 считать аналитику эффективности таргетинговой рекламы в социальных сетях ВКонтакте и Одноклассниках; У31 умеет собирать аналитику, формулировать гипотезы, запускать А/Б тесты; У32 осуществлять самоконтроль изготовления продукции в части соответствия ее рекламной цели.	
	Практическое занятие № 11. Разработка статьи для продвижения компании в интернете.	4
	Практическое занятие № 12. Подбор ключевых слов для SEO продвижения.	4
Тема 3 Визуализация и упаковка продуктов.	Содержание учебного материала 311 методы оценки эффективности рекламной кампании в интернете; 312 способы настройки рекламных кабинетов: Таргет в социальных сетях ВКонтакте, Одноклассники; 313 способы инструменты аналитики каналов продвижения в интернете.	14
	Разбор визуальных средств рекламы.	2
	Изготовление рекламных макетов (обработка фото и видеоматериалов в рекламной деятельности).	2
	Макеты для разных каналов продвижения.	4
	В том числе практических и лабораторных занятий (в форме практической подготовки в виде работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, согласно приказа Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05.08.2020 г. № 885/390 О практической подготовке обучающихся) У14 осуществлять поиск рекламных идей; У15 определять целевую аудиторию, сегментировать базы, работать с большими объемами данных; У16 разрабатывать интернет-стратегию позиционирования бренда в рекламной кампании;	6

	У17 разрабатывать авторские рекламные проекты для социальных сетей; У19 составлять и оформлять тексты рекламных объявлений; У20 создавать лендинг в конструкторах; конструировать продуктовые страницы для продвижения товаров/услуг; У21 интегрировать лендинг и базу CRM для сбора контактов; У22 создавать рекламный дизайн в онлайн-конструкторах и дизайнерских программах; У23 настраивать рекламные кампании в социальных сетях ВК (Органика/Таргет); У24 анализировать конкурентов и отстраиваться от них; У25 создавать коммуникационные стратегии в социальных сетях ВКонтакте \ Одноклассники, сообществах (блогеры, инфлюенсеры, партнеры, СМИ и т.д.); У26 работать с репутацией бренда в социальных сетях ВКонтакте\Одноклассники; У32 осуществлять самоконтроль изготовления продукции в части соответствия ее рекламной цели.	
	Практическое занятие № 13. Разработка макета для интернет-продвижения для разных каналов продвижения (модульный баннер, пост в социальных сетях, статья и т.д). Разработка макета для социальных сетей, отражающий бренд компании.	6
Продвижение бизнеса в интернете с помощью настройки таргетированной рекламы в ВК и Одноклассники.		
Тема 4 Инструменты продвижения в интернет-маркетинге.	Содержание учебного материала 311 методы оценки эффективности рекламной кампании в интернете; 312 способы настройки рекламных кабинетов: Таргет в социальных сетях ВКонтакте, Одноклассники; 313 способы инструменты аналитики каналов продвижения в интернете.	12
	SMM-продвижение. Таргетированная реклама. Настройка рекламного кабинета в ВКонтакте и Одноклассники.	2
	Коммуникационные стратегии в ВКонтакте/сообществах в Одноклассниках (блогеры, инфлюенсеры, партнеры, СМИ и т.д.).	2
	Мессенджеры продаж (скрипты продаж).	4
	В том числе практических и лабораторных занятий (в форме практической подготовки в виде работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, согласно приказа Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05.08.2020 г. № 885/390 О практической подготовке обучающихся) У14 осуществлять поиск рекламных идей; У15 определять целевую аудиторию, сегментировать базы, работать с большими объемами данных; У16 разрабатывать интернет-стратегию позиционирования бренда в рекламной	4

	кампании; У17 разрабатывать авторские рекламные проекты для социальных сетей; У18 проводить аудит сайта; У19 составлять и оформлять тексты рекламных объявлений; У20 создавать лендинг в конструкторах; конструировать продуктовые страницы для продвижения товаров/услуг; У21 интегрировать лендинг и базу CRM для сбора контактов; У22 создавать рекламный дизайн в онлайн-конструкторах и дизайнерских программах; У23 настраивать рекламные кампании в социальных сетях ВК (Органика/Таргет); У24 анализировать конкурентов и отстраиваться от них; У25 создавать коммуникационные стратегии в социальных сетях ВКонтакте \ Одноклассники, сообществах (блогеры, инфлюенсы, партнеры, СМИ и т.д.); У26 работать с репутацией бренда в социальных сетях ВКонтакте\Одноклассники; У27 создавать макеты для разных каналов продвижения в интернете; У28 продвигать с помощью SEO продуктовые страницы; У29 создавать мессенджеры продаж (скрипты продаж); У30 считать аналитику эффективности таргетинговой рекламы в социальных сетях ВКонтакте и Одноклассниках; У31 умеет собирать аналитику, формулировать гипотезы, запускать А/Б тесты; У32 осуществлять самоконтроль изготовления продукции в части соответствия ее рекламной цели.	
	Практическое занятие № 14. Настройка рекламных кабинетов в ВКонтакте и Одноклассники. Настройка контекстной рекламы.	4
Web-аналитика.		
Тема 5 Web-аналитика.	Содержание учебного материала 311 методы оценки эффективности рекламной кампании в интернете; 312 способы настройки рекламных кабинетов: Таргет в социальных сетях ВКонтакте, Одноклассники; 313 способы инструменты аналитики каналов продвижения в интернете.	16
	Маркетинговая аналитика. Эффективность рекламной кампании в интернете.	2
	Продуктовая аналитика. Интерпретация данных о поведении пользователей внутри сервисов и приложений. А/В тестирование.	4
	Коммуникационная аналитика. Маркетинговые исследования и потребности аудитории продукта. Анализ пользовательского опыта. Выдвижение гипотез.	4
	В том числе практических и лабораторных занятий (в форме практической	

	подготовки в виде работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, согласно приказа Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05.08.2020 г. № 885/390 О практической подготовке обучающихся) У14 осуществлять поиск рекламных идей; У15 определять целевую аудиторию, сегментировать базы, работать с большими объемами данных; У16 разрабатывать интернет-стратегию позиционирования бренда в рекламной кампании; У18 проводить аудит сайта; У20 создавать лэндинг в конструкторах; конструировать продуктовые страницы для продвижения товаров/услуг; У21 интегрировать лэндинг и базу CRM для сбора контактов; У22 создавать рекламный дизайн в онлайн-конструкторах и дизайнерских программах; У23 настраивать рекламные кампании в социальных сетях ВК (Органика/Таргет); У24 анализировать конкурентов и отстраиваться от них; У28 продвигать с помощью SEO продуктовые страницы; У29 создавать мессенджеры продаж (скрипты продаж); У30 считать аналитику эффективности таргетинговой рекламы в социальных сетях ВКонтакте и Одноклассниках; У31 умеет собирать аналитику, формулировать гипотезы, запускать А/Б тесты; У32 осуществлять самоконтроль изготовления продукции в части соответствия ее рекламной цели.	6
	Практическое занятие № 15. Анализ сайта компании. Выявление сильных и слабых сторон. Выдвижение гипотезы о продвижении сайта. Увеличение конверсии.	6
Тематика самостоятельной учебной работы при изучении МДК 06.02. 1. Работа с репутацией бренда в ВКонтакте и Одноклассниках (анализ бренда). 2. Разработка landing page в онлайн-конструкторах Tilda/Wix. 3. Определить целевую аудиторию для продвижения компании в интернете.	36	
Дифференцированный зачет по МДК 06.02.	2	
Курсовой проект (работа) (если предусмотрено)	-	
Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе) (если предусмотрено, указать тематику и(или) назначение, вид (форму) организации учебной деятельности)	-	
Самостоятельная учебная работа обучающегося над курсовым проектом (работой) (указать виды работ	-	

обучающегося, например: планирование выполнения курсового проекта (работы), определение задач работы, изучение литературных источников, проведение предпроектного исследования ...)	
Учебная практика ПО1 выполнения реальных заказов; ПО2 разработки и проведения рекламной деятельности; ПО3 самостоятельного планирования, реализации и анализа продвижения рекламной кампании в сети интернет Виды работ в форме практической подготовки через выполнение обучающимися отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью: Тема 1. Вводное занятие: Ознакомление обучающихся с видом деятельности компании. Организация рабочего места обучающегося. Охрана труда при работе за компьютером. Инструктажи по ТБ. Тема 2. Составление брифа для заказчика: Информация о компании и продвигаемом товаре\услуге, на каком рынке работает (B2B, B2C, B2G, B2BC). Целевая аудитория. Конкурентные преимущества компании. Бюджет рекламной кампании. Условия оплаты контрагентам. Тема 3. Анализ рекламной деятельности компании: Анализ рекламной деятельности компании: какие рекламные активности были проведены, какой был бюджет. Проанализировать УТП компании. Проверка оферов рекламных кампаний. Проверка печатных материалов, материалов, использованных в интернете. Сформулировать гипотезу по улучшению эффективности. Тема 4. SWOT анализ: Разработка SWOT анализа: выявление конкурентов. Сильные и слабые стороны конкурентов. Тема 5. Разработка УТП компании: Разработать УТП компании на основе анализа компании и SWOT анализа. Тема 6. Эффективность рекламной кампании: Посчитать эффективность рекламных кампаний работодателя. Дифференцированный зачет в форме защиты проектов.	72
Производственная практика (по профилю специальности) (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика) ПО1 выполнения реальных заказов; ПО2 разработки и проведения рекламной деятельности; ПО3 самостоятельного планирования, реализации и анализа продвижения рекламной кампании в сети интернет Виды работ в форме практической подготовки через выполнение обучающимися отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью: Тема 1. Вводное занятие: Ознакомление с предприятием/ организаций, режимом работы, правилами внутреннего распорядка. Изучение организации работы предприятия/ организации. Изучение вопросов программного и технологического оснащения предприятия. Охрана труда на рабочем месте. Инструктажи по ТБ. Тема 2. Анализ рекламной деятельности кампании: Изучение технического задания на разработку рекламной кампании. Разработка чек-листа по выполнению задания со сроками сдачи. Организация рабочего места (систематизация и организация рабочих файлов). Предпроектный анализ данных по данным с учебной практики. Тема 3. Составление контент-плана по продвижению компании. Выбор оптимальных каналов продвижения: Составление контент плана на основе анализа рекламной деятельности кампании. Выбор каналов продвижения (онлайн: социальные	180

сети, баннерная реклама в интернете, контекстная реклама и т.д). Обоснование выбора каналов продвижения. Составление бюджета на каналы продвижения. Согласование с заказчиком. Тема 4. SEO продвижение: Подборка ключевых слов для SEO продвижения. Проверить на соответствие деятельности компании. Проверить территориальную выборку. Проверить количество показов. Согласовать с заказчиком. Тема 5. Разработка макета для интернет-продвижения для разных каналов продвижения: Разработать макет мудборда. Согласовать с работодателем визуальную концепцию рекламной кампании. Разработка макетов для социальных сетей, отражающих бренд компании. Разработать макеты интернет-баннера, отображающий бренд компании. Согласование с заказчиком. Тема 6. Копирайтинг: Разработка продающей статьи для продвижения компании в интернете. Разработка рекламных постов в ВК (информационный, продающий, вовлекающий), согласно контент-плану и концепции рекламной кампании. Разработка офера рекламного баннера в интернете. Согласовать с заказчиком. Тема 7. SMM-продвижение. Таргетированная реклама: Создать публичную страницу в ВК (если не было создано). Настроить рекламный кабинет в ВК. Настроить таргетированную рекламу в ВК с минимальным бюджетом. Оценить показатели эффективности (CTR, CPC). Согласовать с заказчиком. Тема 8. Эффективность рекламной кампании в интернете: Посчитать CTR. Отразить стоимость клика по объявлению. Произвести расчет конверсии. Рассчитать стоимость обращения. Рассчитать стоимость одного подтвержденного заказа. Рассчитать возврат денежных средств с рекламы. Составить презентацию по эффективности рекламной кампании со всеми данными аналитики и проделанной работой. Дифференцированный зачёт: Презентация/сдача выполненного продукта/ отчет по практике.	
Всего	522

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Лаборатории:

- информатики и вычислительной техники;
- компьютерного дизайна;

Оборудование:

- персональные компьютеры с выходом в интернет и специализированным ПО для компьютерного дизайна и графики, фото и видеомонтажа;
- плоттер;
- 3D-принтер;
- МФУ цветной формата А3 и А4;
- резак;
- брошуратор;
- ламинатор;
- доступ к электронно-библиотечным системам
- *Электронно-библиотечная система «IPRsmart» <https://www.iprbookshop.ru/>
- *Электронно-библиотечная система «Академия-Медиа»
https://academia-moscow.ru/inet_order/profile/
- *Электронно-библиотечная система «ZNANIUM» <https://znanium.com/help/firstvisit>
- *Образовательная платформа ЮРАЙТ
Internet Site: www.urait.ru
- ЭБС Юрайт: www.biblio-online.ru
- Доступ к информационно-справочной системе «Консультант плюс»;
- учебные наглядные пособия в электронном виде;
- учебная доска;
 - мультимедиа проектор;
- шкаф с замком.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе.

Нормативные материалы:

1. Конституция Российской Федерации (в действующей редакции).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации: часть первая от 30 ноября 1994г № 51-ФЗ (в действующей редакции); часть вторая от 26 января 1996 года № 14-ФЗ (в действующей редакции)
3. Налоговый кодекс РФ, (в действующей редакции)
4. Гражданский кодекс Российской Федерации часть 4 (ГК РФ ч.4), раздел VII. Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации:
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/
5. ФЗ "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ (в действующей редакции)
6. ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" от 27.07.2006 N 149-ФЗ (в действующей редакции)
7. ФЗ "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (в действующей редакции)

8. Закон РФ "О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации" от 19.06.1992 N 3085-1 (в действующей редакции)
9. ФЗ "О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей" от 08.08.2001 N 129-ФЗ (в действующей редакции)
10. ФЗ "О несостоятельности (банкротстве)" от 26.10.2002 N 127-ФЗ (в действующей редакции)
11. ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», от 28 декабря 2009 г № 381 – ФЗ (в действующей редакции)
12. ФЗ "О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля" от 26.12.2008 N 294-ФЗ (в действующей редакции)

3.2.1. Основные печатные издания

3.2.2. Основные электронные издания

1. Васильева, Е. А. Как сделать рекламу эффективной? 25 беспроигрышных идей : практическое пособие / Е. А. Васильева. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 156 с. — ISBN 978-5-394-03192-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83127.html>
2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511792>
3. Мазилкина, Е. И. Основы рекламы : учебное пособие / Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина, Л.А. Ольхова. — Москва : Альфа-М : ИНФРА-М, 2022. — 240 с. — (ПРОФИль). - ISBN 978-5-98281-271-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1842548>
4. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511938>

3.2.3. Дополнительные источники

1. Балашов, А. И. Предпринимательское право : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. И. Балашов, В. Г. Беляков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 333 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7814-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510122>
2. Волков, А. М. Правовое обеспечение профессиональной деятельности в торговле : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. М. Волков, Е. А. Лютягина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 278 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14240-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519945>

3. Герасимов, Б. И. Виды и средства распространения рекламы : учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова, М.А. Блюм. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. — 128 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-611-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1843719>
4. Комсток, Б. Вообразить будущее: креативный подход к изменениям в бизнесе / Бет Комсток, Раз Тал ; пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 542 с. - ISBN 978-5-96142-768-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1078517>
5. Лукина, А. В. Маркетинг товаров и услуг : учебное пособие / А.В. Лукина. — 2-е изд., доп. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 239 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-686-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1371939>
6. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517793>
7. Шоттон, Р. Фабрика выбора: как преодолеть 25 препятствий, которые мешают клиенту совершить покупку / Ричард Шоттон ; пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2020. - 234 с. - ISBN 978-5-6042881-1-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1222490>

Интернет – ресурсы:

1. Информационная справочная система Консультант Плюс.
2. Бизнес-журнал [Электрон. ресурс] Режим доступа: <http://www.1000ideas.ru> . –
3. Свой бизнес [Электрон. ресурс] Режим доступа: <https://mybiz.ru/>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. ЛР1,2,4,6,7,14,15,17	- демонстрация интереса к будущей профессии в процессе освоения образовательной программы; - участие в соревнованиях; - участие в конкурсах; - участие в разработке проектов.	Текущий контроль: Оценка результатов практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Рубежный контроль: Дифференцированные зачеты по МДК, по практикам Итоговый контроль Квалификационный экзамен
ОК 2. Организовывать собственную	- обоснование выбора и применения методов и способов решения	Текущий контроль: Оценка результатов

деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. ЛР 3,4,7,9-11,13-16	профессиональных задач, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем; - демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач. - планирует деятельность - выполняет задачи с соблюдением сроков - демонстрирует знания и умения в использовании типовых методов и способов - адекватно оценивает результаты работы	практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Рубежный контроль: Дифференцированные зачеты по МДК, по практикам Итоговый контроль Квалификационный экзамен
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. ЛР 1-3,7,9-11	- умеет решать стандартные профессиональные задачи - сохраняет спокойствие и уверенность при столкновении с нестандартными задачами - осуществляет сбор информации для решения нестандартной задачи - принимает ответственность за ошибки, компенсируя дополнительной работой	Текущий контроль: Оценка результатов практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Рубежный контроль: Дифференцированные зачеты по МДК, по практикам Итоговый контроль Квалификационный экзамен
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. ЛР 3,4,7,8,10,14	- умеет осуществлять запрос в сети интернет - умеет отбирать информацию из большого массива данных - умеет находить и использовать полученную информацию для решения профессиональных задач	Текущий контроль: Оценка результатов практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Рубежный контроль: Дифференцированные зачеты по МДК, по практикам Итоговый контроль Квалификационный экзамен
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. ЛР 3,4,7,10,15	- демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности - умеет вступать в коммуникацию с заказчиками, подрядчиками, коллегами, партнерами - умеет слушать и выделять главное - умеет проверять свое понимание в общении со слушателями - умеет аргументировать и доказывать свою позицию - умеет находить решения,	Текущий контроль: Оценка результатов практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Рубежный контроль: Дифференцированные зачеты по МДК, по практикам Итоговый контроль Квалификационный экзамен

	устраивающие разных участников коммуникации	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями ЛР 2-8,13,15	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями, партнерами в ходе обучения и практики; - умение работать в группе; - умеет распределять задачи в коллективе и в команде.	Текущий контроль: Оценка результатов практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Рубежный контроль: Дифференцированные зачеты по МДК, по практикам Итоговый контроль Квалификационный экзамен
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. ЛР 2-8,13	- соответствие выбранных методов целям и задачам коллективной творческой деятельности; - наличие лидерских качеств; - самоанализ и коррекция результатов собственной работы	Текущий контроль: Оценка результатов практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Рубежный контроль: Дифференцированные зачеты по МДК, по практикам Итоговый контроль Квалификационный экзамен
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации ЛР 1-3,14,16	- организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля; - составление резюме; - посещение дополнительных занятий; - объективная самооценка профессионального и личностного развития; - составление плана саморазвития	Текущий контроль: Оценка результатов практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Рубежный контроль: Дифференцированные зачеты по МДК, по практикам Итоговый контроль Квалификационный экзамен
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. ЛР 1-4,7-9,14	- потребность в самообразовании - умеет отслеживать тренды в сфере рекламы, анализирует социальные сети, профессиональные публикации, знает лидеров мнений; - ориентируется в смене технологий - использует современные технологии для решения профессиональных задач	Текущий контроль: Оценка проектного задания: провести обзор современных трендов рекламных кампаний. Оценка результатов практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Рубежный контроль: Дифференцированные зачеты по МДК, по практикам Итоговый контроль Квалификационный экзамен
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными	- разработан макет для поста в формате (картинка, видео); - привлечено внимание целевой	Текущий контроль: Оценка создания медиа-визуальных форм для поста в

функциями.	аудитории; - получена обратная связь в форме комментария, сообщения.	сети интернет, способных привлечь внимание целевой аудитории. Оценка результатов практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Рубежный контроль: Дифференцированные зачеты по МДК, по практикам Итоговый контроль Квалификационный экзамен
ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	Проверка задания на конвертацию макета в заданный формат. - наличие всех необходимых папок на рабочем столе и в облачных хранилищах; - выставлены задачи в CRM системе; - все папки размещены на рабочем столе, задачи выставлены.	Текущий контроль: Оценка выполнения заданий: - обеспечить работу с форматами PDF, RAR, конструкторами. - разместить материалы в облачном хранилище и на дисках; - выставить задачу в CRM (Битрикс или др.). Оценка результатов практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Рубежный контроль: Дифференцированные зачеты по МДК, по практикам Итоговый контроль Квалификационный экзамен
ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	- наличие рекламного макета - проявлено умение использовать фото и видеоредакторы (базовые навыки); - проявлено умение работать с профессиональными программами.	Текущий контроль: Оценка результатов практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Рубежный контроль: Дифференцированные зачеты по МДК, по практикам Итоговый контроль Квалификационный экзамен
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей	– составляет планы и графики своей деятельности в коллективе исполнителей по разработке и техническому исполнению рекламного продукта – согласовывает планы деятельности	Текущий контроль: Оценка результатов практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы.

	с коллективом исполнителей — знает аспекты планирования рекламы	Рубежный контроль: Дифференцированные зачеты по МДК, по практикам Итоговый контроль Квалификационный экзамен
ПК 6.1. Проработка новых игровых механик и обновление старых с учетом интересов целевой аудитории и психологии игроков	знает: - виды современного технического и программного обеспечения, применяемого в деятельности дизайнера, преимущества и недостатки отдельных графических пакетов; - психолого-педагогические особенности пользователей умеет: - креативно подходить к каждому этапу работ от идеи на каждом этапе реализации; осуществление процесса игрового проектирования с применением специализированных компьютерных программ; - обладать навыками и умениями в процессе создания формы и содержания игрового процесса (геймплея) разрабатываемой игры	Текущий контроль: Оценка устного опроса. Подготовка проектов по ТЗ. Стендовая защита проектов. Экспертная оценка по критериям ТЗ. Оценка результатов практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Рубежный контроль: Дифференцированные зачеты по МДК, по практикам Итоговый контроль Квалификационный экзамен
ПК 6.2. Умение пользоваться системами контроля версий(git) Работа с базами данных и сетевыми коммуникациями	знает: - принципы составления ТЗ; - принцип формирования веток и создания репозитория умеет: - разбивать и делегировать задачи для выполнения работы в срок; - создавать репозитории	Текущий контроль: Оценка устного опроса. Подготовка проектов по ТЗ. Оценка результатов практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Рубежный контроль: Дифференцированные зачеты по МДК, по практикам Итоговый контроль Квалификационный экзамен
ПК 6.3. Анализировать требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка	Оценивает эффективность проведенной рекламной кампании: умеет проводить интервью/анкетирование с целью оценки эффективности рекламной кампании; умеет вести и анализировать статистику рынка (проведенной рекламной кампании, в частности) знает: - знает правила проведения исследования рынка и целевой аудитории; - анализирует целевую аудиторию и	Текущий контроль: Оценка устного опроса. Подготовка проектов по ТЗ. Оценка проведенного анализа требований целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка. Оценка составленного опросника для сформированной базы клиентов. Оценка результатов практической работы.

	рынок; - назначение, разновидности и функции интервью, анкетирования; - способы оценки эффективности рекламной кампании умеет: - оценивать эффективность проведенной рекламной кампании; - проводить интервью/анкетирование; - вести и анализировать статистику рынка (проведённой рекламной кампании, в частности) - формировать уникальное торговое предложение для целевой аудитории; - представлена аналитическая справка о требованиях целевых групп - описаны использованные инструменты, средства исследования рынка - наличие обратной связи от целевой аудитории (звонок, сообщение, комментариев и т.п.)	Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Рубежный контроль: Дифференцированные зачеты по МДК, по практикам Итоговый контроль Квалификационный экзамен
ПК 6.4. Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта	Организация и управление процессом создания рекламного продукта: - контролирует качество продукта, - проверяет соответствие выбранной идее/модели, - уточняет у заказчика соответствие продукта заявленным требованиям/запросам. Применение/ внедрение созданного продукта для организации рекламной кампании знает: - способы проверки качества продукта; - особенности организации и управления процессом создания рекламного продукта; - способы уточнения у заказчика соответствия продукта заявленным требованиям/запросам. умеет: - проверять соответствие выбранной идее/модели; - применять/внедрять созданный продукт для организации рекламной кампании - умеет оценивать воронку продаж, прогноз роста согласно	Текущий контроль: Оценка устного опроса. Подготовка проектов по ТЗ. Оценка выполнения заданий: - осуществить анализ данных рекламных кампаний, оценить эффективности маркетинговой стратегии - построить воронку конверсии, провести исследование продукта - разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта. Оценка результатов практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Рубежный контроль: Дифференцированные зачеты по МДК, по практикам Итоговый контроль Квалификационный экзамен

	эффективности маркетинговой стратегии (по формуле ROI). - проявлено умение строить воронку конверсии и проводить исследования продуктов - характеризует средства продвижения рекламного продукта: достоинства, недостатки, стоимость; - подбирает средства в зависимости от целевой аудитории; - рассчитывает бюджет продвижения; - разрабатывает программу комплексных маркетинговых мероприятий, направленных на продвижение рекламного продукта	
ПК 6.5. Разрабатывать и создавать дизайн-макеты для эффективной визуальной коммуникации	знает: - основные понятия коммуникационного дизайна; основы проектирования объектов коммуникационного дизайна. умеет: - создавать и редактировать цифровые изображения, выполнять типовые действия с объектами	Текущий контроль: Оценка устного опроса. Подготовка проектов по ТЗ. Оценка результатов практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Рубежный контроль: Дифференцированные зачеты по МДК, по практикам Итоговый контроль Квалификационный экзамен
ПК 6.6 Разработка технического задания на создание продукта в сфере Креативных индустрий	умеет осуществлять сбор, систематизацию и анализ данных, необходимых для разработки технического задания продукта, определение технических и программных средств для разработки макета с учетом их особенностей использования, формировать готовое техническое задание в соответствии с требованиями к структуре и содержанию, выполнять процедуру согласования (утверждения) с заказчиком. Поиск, анализ и интерпретация информации, необходимой для разработки, согласование и защита технического задания. разработка концепции проекта; Определять на основе расчетов основных технико-экономических показателей, экономическую эффективность проекта; Проводить презентацию разработанного технического задания	Текущий контроль: Оценка результатов устного опроса. Оценка результатов практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Рубежный контроль: Дифференцированные зачеты по МДК, по практикам Итоговый контроль Квалификационный экзамен

	согласно требованиям, к структуре и содержанию. Проведение анализа, обобщения проектирования технического задания для дизайн-продуктов на основе полученной от заказчика информации.	
ПК 6.7 Создание графических дизайн – макетов продукта	Выполнение работ по разработке дизайн-макета на основе ТЗ, определение потребности в программных продуктах, материалах и оборудовании, осуществление комплектации. Демонстрация знаний технологических, эксплуатационных и гигиенических требований, предъявляемых к используемым в дизайне материалам; современных тенденций в сфере Креативных индустрий; разнообразных изобразительных и технических приёмов и средств дизайн-проектирования; знания потребностей рынка	Текущий контроль: Оценка результатов устного опроса. Оценка результатов практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Рубежный контроль: Дифференцированные зачеты по МДК, по практикам Итоговый контроль Квалификационный экзамен
ПК 6.8 Планирование профессиональной деятельности в сфере Креативных индустрий	Анализ современных тенденций в области Креативных индустрий для их адаптации, монетизации и использования в своей профессиональной деятельности. Разработка предложений по использованию новых технологий в целях повышения качества создания итогового продукта и обслуживания заказчиков системы управления трудовыми ресурсами в организации; методы и формы самообучения и саморазвития на основе самопрезентации; способы управления конфликтами и борьбы со стрессом	Текущий контроль: Оценка результатов устного опроса. Оценка результатов практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Рубежный контроль: Дифференцированные зачеты по МДК, по практикам Итоговый контроль Квалификационный экзамен
ПК 6.9. Обеспечивать правовое и юридическое сопровождение рекламного проекта.	- знает требования к рациональному использованию рекламного бюджета; - знает правовые и юридические аспекты сопровождения рекламного проекта	Текущий контроль: Оценка устного опроса. Оценка результатов практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Рубежный контроль: Дифференцированные зачеты по МДК, по практикам Итоговый контроль

		Квалификационный экзамен
ПК 6.10. Осуществлять контроль исполнения на соответствие рекламной идее и заказу рекламодателя.	- презентация подготовлена в формате PowerPoint или в других конструкторах для презентации; - содержание презентации соответствует структуре представления проекта - содержание презентации точно отражает исходные результаты аналитики, заказ рекламодателя, исходную рекламную идею; - презентация доступна для понимания слушателя-заказчика. - анализ представленного технического задания на основе брифа заказчика; - описание смарт-цели заказчика, точность задачи; - анализ наличия обратной связи от целевой аудитории; - получена обратная связь/ответ от целевой аудитории (звонок, сообщение, комментарий и т.п.).	Текущий контроль: Оценка выполнения заданий: - подготовить презентацию проекта от идеи/инсайта до полного описания рекламной кампании (подготовка концепт-борда и презентации в эл.виде), - составление/разработка технического задания /брифа по результатам общения с заказчиком. Оценка результатов практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Рубежный контроль: Дифференцированные зачеты по МДК, по практикам Итоговый контроль Квалификационный экзамен
ПК 6.11. Взаимодействовать с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта.	- представлен анализ технического задания на основе брифа заказчика; - правильно описана смарт-цель заказчика, точно описана задача, замысел заказчика.	Текущий контроль: Оценка выполнения заданий: - разработать техническое задание /бриф по результатам общения с заказчиком - составление опросника для сформированной базы клиентов - формирование базы клиентов - составление/разработка коммерческих предложений для заказчика. Оценка результатов практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Рубежный контроль: Дифференцированные зачеты по МДК, по практикам Итоговый контроль Квалификационный экзамен
ПК 6.12. Реализовывать технологии	- эффективность показателей, CTR; - анализ наличия обратной связи от целевой аудитории;	Текущий контроль: Оценка выполнения заданий: - осуществить запуск

продвижения рекламного продукта.	- получена обратная связь/ответ от ЦА (звонок, сообщение, комментарий и т.п.). - лендинг разработан с формой обратной связи от потенциального клиента; - присутствует форма обратной связи.	таргетированной рекламы в социальных медиа - создать лендинг для продвижения продукта в социальных сетях. Оценка результатов практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Рубежный контроль: Дифференцированные зачеты по МДК, по практикам Итоговый контроль Квалификационный экзамен
ПК 6.13. Создавать сценарии и рекламные тексты.	- рекламный текст написан по формулам AIDA/5W.	Текущий контроль: Оценка результатов практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Рубежный контроль: Дифференцированные зачеты по МДК, по практикам Итоговый контроль Квалификационный экзамен

5. Методические рекомендации по разработке и реализации адаптированных образовательных программ среднего профессионального образования

Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Содержание среднего профессионального образования и условия организации обучения в МВЕК обучающихся с ограниченными возможностями здоровья определяются адаптированной образовательной программой (при необходимости – наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья), а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида.

Обучение по образовательной программе среднего профессионального образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется МВЕК с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких лиц.

В МВЕК созданы (при необходимости – наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья) специальные условия для получения среднего профессионального образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Под специальными условиями для получения среднего профессионального образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения, воспитания и развития таких лиц, включающие в себя использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических

средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания МВЕК и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ лицам с ограниченными возможностями здоровья.

В целях доступности получения среднего профессионального образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья МВЕК обеспечивается (при необходимости – наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья):

- для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья по слуху услуги сурдопереводчика и обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

- для обучающихся, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия обеспечивают возможность беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения колледжа, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие расширенных дверных проемов и других приспособлений).

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Численность лиц с ограниченными возможностями здоровья в учебной группе устанавливается до 15 человек.

С учетом особых потребностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья МВЕК обеспечивается предоставление учебных, лекционных материалов в электронном виде.

С учетом особых потребностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в колледже предусмотрена возможность обучения по индивидуальному плану.