

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 2026.01.14
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dc6ab7a

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Северо-Кавказский федеральный университет»

Высшая школа креативных индустрий

Колледж креативных индустрий

УТВЕРЖДАЮ

Директор Высшей школы
креативных индустрий
Садыкова А.Г.

Рабочая программа учебной дисциплины

ОП.07 Правовое обеспечение рекламной деятельности

Специальность 42.02.01 Реклама

Форма очная
обучения

Ставрополь, 2026

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.07 «Правовое обеспечение рекламной деятельности» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама и примерной основной образовательной программы СПО, с учетом направленности на удовлетворение потребностей регионального рынка труда и работодателей.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана:

1 Двоенко О. А., канд. филол. наук, доцент департамента
медиакоммуникаций

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.07 Правовое обеспечение рекламной деятельности

1.1 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Правовое обеспечение рекламной деятельности» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 1.4, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять	номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные

	средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования	содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты;
ОК 04	организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	основы проектной деятельности; психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
ОК 05	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 09	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов

	профессиональные темы	профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности
ПК 1.4	Преобразовывать требования заказчика в бриф	Принципов выбора каналов коммуникации Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций Важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий Важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей
ПК 3.1	определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.	Типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет
ПК 3.2	подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; обеспечивать качественное функционирования сайта; писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; преобразовывать требования заказчика в бриф;	Возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; структуру брифа и требования к нему

	учитывать мнение заказчика при планировании РК.	
ПК 3.3	использовать поисковые системы интернета; использовать технологии поисково-контекстной рекламы; использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; конвертировать файлы в нужные форматы; использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; размещать рекламные материалы в социальных медиа; разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; определять эффективные офферы; создавать оригинальные и стильные логотипы; составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; создавать оригинальные, современные по стилю сайты; использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; повышать информационную наглядность сайтов; создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; доводить информацию заказчика до ЦА; использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.	Отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.
ПК 4.3	использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием	программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; возможности интернет-

программных средств, облачных и сетевых технологий; конвертировать файлы в нужные форматы; использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; размещать рекламные материалы в социальных медиа; подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; обеспечивать качественное функционирование сайта; писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; создавать графические материалы рекламного характера; находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; Создавать оригинальные, современные по стилю сайты; разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; повышать информационную наглядность сайтов; создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.	ресурсов для макетирования рекламных носителей; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; технические средства создания визуального контента; возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; структуру брифа и требования к нему; важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.
--	---

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	60
в т.ч.:	
теоретическое обучение	24
практические занятия	36

Промежуточная аттестация	Зачет с оценкой
--------------------------	-----------------

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды компетенций
1	2	3	4
Тема 1. Понятие рекламного права и рекламного законодательства. История правового регулирования рекламной деятельности в зарубежных странах	Содержание учебного материала	4	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 1.4, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3</i>
	1. Современные тенденции развития рекламного права в России.		
	2. Место законодательства о рекламе в правовой системе России.		
	3. Общая характеристика Федерального закона «О рекламе» как базового нормативного правового акта регулирования современной рекламной деятельности.		
	4. Становление правового регулирования рекламной деятельности в США.		
	5. Правовая регламентация рекламы в странах ближнего зарубежья.		
	6. Развитие правового регулирования рекламной деятельности в странах Западной Европы.		
	7. Правовое регулирование рекламной деятельности в странах Азии.		
	в том числе:		
	лабораторные работы (не предусмотрены)	-	
	практические занятия:	4	
	1. Правовое регулирование рекламной деятельности: зарубежный опыт		
	контрольные работы (не предусмотрены)	-	
	самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)	-	
Тема 2. Понятие рекламной информации по действующему российскому законодательству.	Содержание учебного материала	4	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 1.4, ПК</i>
	1. Понятие и общие требования к современной рекламе.		
	2. Понятие рекламы по законодательству России и зарубежных стран.		

Гражданско-правовые отношения рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей	3. Виды и функции рекламной информации по действующему рекламному законодательству России.		<i>3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3</i>
	в том числе:		
	лабораторные работы (не предусмотрены)	-	
	практические занятия: 1. Понятие правового статуса субъектов рекламной деятельности. 2. Организационно-правовые формы субъектов рекламной деятельности. Права и обязанности субъектов рекламной деятельности.	4	
	контрольные работы (не предусмотрены)	-	
	самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)	-	
Тема 3. Гражданско-правовые отношения в рекламной деятельности. Специальные требования к отдельным видам рекламы.	Содержание учебного материала	4	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 1.4, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3</i>
	1. Понятие и принципы гражданского права.		
	2. Понятия договора, сделки.		
	3. Правовое регулирование договоров в сфере рекламы.		
	4. Правовое регулирование политической рекламы.		
	в том числе:		
	лабораторные работы (не предусмотрены)	-	
	практические занятия: 1. Анализ регулирования политической рекламы в России и странах Запада.	4	
	контрольные работы (не предусмотрены)	-	
	самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)	-	
Тема 4. Правовое регулирование некоммерческой рекламы. Особенности правового регулирования рекламы в зависимости от способа ее распространения	Содержание учебного материала	2	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 1.4, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК</i>
	1. Правовое регулирование социальной рекламы.		
	2. Правовое регулирование рекламы для несовершеннолетних.		
	3. Правовое регулирование других видов рекламы.		
	в том числе:		
	лабораторные работы (не предусмотрены)	-	
	практические занятия:	4	

	1. Спонсорская реклама: совместное спонсорство, спонсорство популярных программ.		4.3
	контрольные работы (не предусмотрены)	-	
	самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)	-	
Тема 5. Правовое регулирование наружной рекламы. Правовое регулирование печатной рекламы	Содержание учебного материала	2	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.</i>
	1. Объекты наружной рекламы.		
	2. Стационарные объекты наружной рекламы.		
	3. Временные объекты наружной рекламы.		
	в том числе:		
	лабораторные работы (не предусмотрены)	-	
	практические занятия: 1. Реклама в периодических печатных изданиях. 2. Реклама в кино- и видеообслуживании.	4	
	контрольные работы (не предусмотрены)	-	
	самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)	-	
Тема 6. Специальные требования к рекламе отдельных товаров и услуг. Государственное регулирование современной рекламы.	Содержание учебного материала	4	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 1.4, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3</i>
	1. Правовая регламентация рекламы алкогольной продукции.		
	2. Специфика правовой регламентации рекламы лекарственных средств, биологически активных добавок и детского питания.		
	3. Правовая регламентация рекламы продукции военного назначения и оружия.		
	4. Правовая регламентация рекламы основанных на риске игр и пари.		
	5. Государственное регулирование и контроль в сфере рекламной деятельности		
	в том числе:		
	лабораторные работы (не предусмотрены)	-	
	практические занятия: 1. Система государственного регулирования и контроля рекламной деятельности. 2. Антимонопольные органы в регулировании рекламной деятельности.	4	

	контрольные работы (не предусмотрены)		
	самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)		
Тема 7. Судебное регулирование рекламной деятельности. Виды ответственности в рекламной сфере	Содержание учебного материала	2	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 1.4, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3</i>
	1. Судебные органы в регулировании рекламной деятельности.		
	2. Налоговое регулирование.		
	3. Понятие и виды юридической ответственности в сфере рекламы.		
	в том числе:		
	лабораторные работы (не предусмотрены)	-	
	практические занятия: 1. Административная ответственность за правонарушения в сфере рекламы. 2. Гражданско-правовая ответственность за правонарушения в сфере рекламы.	4	
	контрольные работы (не предусмотрены)	-	
	самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)	-	
Тема 8. Споры в рекламном законодательстве. Саморегулирование в рекламе.	Содержание учебного материала	2	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 1.4, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3</i>
	1. Общая характеристика порядка рассмотрения и разрешения споров в сфере рекламы.		
	2. Саморегулирование в рекламе: российский и зарубежный опыт.		
	3. Ответственность за соблюдение правил исполнения кодексов рекламных организаций.		
	в том числе:		
	лабораторные работы (не предусмотрены)	-	
	практические занятия: 1. Рассмотрение и разрешение споров в сфере рекламы арбитражными судами. 2. Рассмотрение и разрешение споров в сфере рекламы судами общей юрисдикции.	4	
	контрольные работы (не предусмотрены)	-	
	самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)	-	
Тема 9. Авторское право и	Содержание учебного материала	2	<i>ОК 01, ОК</i>

смежные права в рекламе. Договорные отношения в авторском праве.	1. Авторское право и смежные права в рекламе.		<i>02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 1.4, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3</i>
	2. Понятие и принципы.		
	3. Объекты и субъекты авторского права и смежных прав в рекламе.		
	в том числе:		
	лабораторные работы (не предусмотрены)	-	
	практические занятия: 1. Ответственность за нарушение авторских и смежных прав.	4	
		контрольные работы (не предусмотрены)	-
		самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)	-
Промежуточная аттестация		<i>Зачет с оценкой</i>	
Всего:		60	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, объектов физической культуры и спорта с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, объектов физической культуры и спорта (с указанием площади и номера помещения в соответствии с документами бюро технической инвентаризации)	Собственность или оперативное управление, хозяйственное ведение, аренда (субаренда), безвозмездное пользование, практическая подготовка	Полное наименование собственника (арендодателя, ссудодателя) объекта недвижимого имущества	Документ – основание возникновения права (реквизиты и срок действия)
26	Правовое обеспечение рекламной деятельности	Компьютерно-лингвонный класс. Компьютерно-лингвонный класс оборудован учебной мебелью на 25 посадочных мест, магнитно-маркерной доской, мультимедийным оборудованием (проектор), 25 персональным и компьютерам и. Имеется необходимый комплект лицензионног	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (117,2 кв. м, помещение № 305, этаж 5)	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно

		о программного обеспечения				
--	--	----------------------------------	--	--	--	--

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1. Основные печатные издания

1. Дорский, А. Ю. Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью / А. Ю. Дорский. – Санкт-Петербургский государственный университет. – 2019. – 150 с.
2. Трапезникова, И. С. Правовое обеспечение социальной сферы : учебное пособие / И. С. Трапезникова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 80 с. – ISBN 978-5-4475-6384-4

3.2.2. Основные электронные издания

1. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" ; [Электронный ресурс]. - URL: <https://base.garant.ru/12145525/>

3.2.3. Дополнительные источники

1. Елканова, Д. И. Рекламная деятельность как объект административно-правового регулирования / Д. И. Елканова // Административное право и процесс. – 2015. – № 8. – С. 61–63.
2. Карягина, А. В. Законодательное регулирование рекламной деятельности в российском государственно-правовом пространстве: вопросы юридической ответственности / А. В. Карягина // Реклама и право. – 2013. – № 1. – С. 14–16. – URL : <http://www.magisterjournal.ru/number7.htm>
3. Корячкина, Ю. А. Правовое регулирование рекламной деятельности в сети Интернет / Ю. А. Корячкина // Социально-экономические науки и гуманитарные исследования. – 2014. – № 3. – С. 163–164.
4. Лукин, А. Г., Милеева, А. А. Правовое регулирование рекламной деятельности как элемент антимонопольного регулирования / А. Г. Лукин, А. А. Милеева // Экономика, управление и право в современных условиях : сборник статей. – Самара, 2014. – С.20–29.
5. Малышева, М. Ф., Попова, А. В. Правовое регулирование рекламной деятельности.: учебно-практическое пособие. / М. Ф. Малышева, А. В. Попова. – Издательство Дашков и Ко., 2013. – 160 с.
6. Минбалеев, А. В. Правовое регулирование рекламной деятельности : учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по спец. 030501 «Юриспруденция» / А. В. Минбалеев ; под ред. В. В. Кваниной. – М. : Юриспруденция, 2013. – 224 с. – Гриф.: Рек. УМЦ. – ISBN 978-5-9516-0475-0.
7. Романов, А. А. Правовое регулирование рекламной деятельности : учебно-практическое пособие / А. А. Романов, Р. В. Каптюхин, М. В. Маркова. – М. : Евразийский открытый институт, 2013. – 416 с. – ISBN 978-5-374-00392-5.

8. Хомяков, В. И. Правовое регулирование средств массовой информации и рекламы : учебное пособие / В. И. Хомяков, В. А. Егошкина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. – 264 с. – ISBN 978-5-4475-9044-4.
9. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации : Правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : учеб. пособие для вузов / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К : Изд-во Шаркова, 2014. – 336 с. ; 21. – Гриф: Рек. УМО. – ISBN 978-5-394-00783-5.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Знания: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности; номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной	Создание лендингов для рекламы продуктов. Создание медиа-визуальных форм. Презентация 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. Составление опросника для сформированной базы клиентов. Формирование базы клиентов. Составление/разработка коммерческих предложений для заказчика.	Текущий контроль в форме: выполнения и оценки практических работ, устного опроса, собеседования, тестирования Промежуточная аттестация: экспертная оценка во время экзамена

деятельности в том числе с использованием цифровых средств; содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты; основы проектной деятельности; психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений; правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности; типов рекламных стратегий		
--	--	--

продвижения бренда в сети Интернет; способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; структуру брифа и требования к нему; отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.		
Умения: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия;	Оценка воронки продаж, прогноза роста согласно эффективности маркетинговой стратегии (по формуле ROI) Эффективность показателей, CTR. Анализ наличия обратной связи от целевой аудитории Получена обратная связь/ответ от ЦА (звонок, сообщение, комментарий и	Текущий контроль в форме: выполнения и оценки практических работ, устного опроса, собеседования, тестирования Промежуточная аттестация: экспертная оценка во время экзамена

определять необходимые ресурсы; владевать актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника); определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач; определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;	т.п.). Проверка задания на конвертацию макета в заданный формат. Наличие всех необходимых папок на рабочем столе и в облачных хранилища. Выставлены задачи в CRM системе. Все папки размещены на рабочем столе, задачи выставлены.	
--	---	--

презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования; организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности; грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе; понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие

профессиональные темы;
определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет;
подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения;
использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;
проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность;
представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;
обеспечивать качественное функционирование сайта;
писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;
находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет;
осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет;
преобразовывать требования заказчика в бриф;
учитывать мнение заказчика при планировании РК;
использовать поисковые системы интернета;
использовать технологии поисково-контекстной рекламы;
использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы;

использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;
создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;
конвертировать файлы в нужные форматы;
использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;
размещать рекламные материалы в социальных медиа;
разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов;
определять эффективные офферы;
создавать оригинальные и стильные логотипы;
составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;
создавать оригинальные, современные по стилю сайты;
использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов;
повышать информационную наглядность сайтов;
создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях;
разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика;
доводить информацию заказчика до ЦА;
использовать методы и способы привлечения

пользователей в интернет-сообщество;
использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями;
использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.

.