

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна

Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий

Дата подписания: 26.08.2026 14:31:34

Уникальный программный ключ:

d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

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

А.Г. Садыкова

Рабочая программа профессионального модуля

ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

Специальность 42.02.01

код

Реклама

наименование специальности

Форма обучения очная

очная

Ставрополь, 2026

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Минпросвещения России от 21 июля 2023 г. № 552 и примерной основной образовательной программы СПО, с учетом направленности на удовлетворение потребностей регионального рынка труда и работодателей.

Рабочая программа профессионального модуля разработана:
1 Пасикова О. Н., старший преподаватель департамента медиакоммуникаций ВШКИ
фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание, место работы преподавателя

СОГЛАСОВАНО:

Представитель работодателя

Директор ООО «РУМЕДИА ГРУПП»
г. Ставрополь



Сухарева Е.А.

1. Паспорт рабочей программы профессионального модуля

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью образовательной программы СПО в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): 03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий, и соответствующих общих и профессиональных компетенций:

1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 1	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 2	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 3	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 4	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 5	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 9	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 2	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
ПК 2.1.	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
ПК 2.2.	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
ВД 3	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в установленных форматах цифровых коммуникационных технологий
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет
ПК 3.3.	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях
ВД 4	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
ПК 4.1.	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании
ПК 4.3.	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет

1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- планирования системы маркетинговых коммуникаций;
- разработки стратегии маркетинговых коммуникаций;
- аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет;
- выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет;
- постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет;
- подбора и использования оффера;
- разработки рекламной кампании в сети Интернет;
- структуры и базовых принципов рекламного сообщения;
- реализации рекламной кампании в сети Интернет;
- подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проктов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроктов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП);
- поиска и подбора оригинального пейма и слогана;
- оформления текстовых и графических документов;
- оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических;
- создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проктов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроктов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.

уметь:

- определять ключевые цели рекламной кампании
- формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК
- осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения
- определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание
- определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки
- определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач
- определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории)
- определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности;
- учитывать мнение заказчика при планировании РК;
- использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций;
- составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды;
- разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг;
- создавать план РК с учетом поставленных целей и задач;
- осуществлять медиапланирование;
- определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета;
- эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ;
- осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний;
- преобразовывать требования заказчика в бриф;
- доводить информацию заказчика до ЦА;
- использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании;
- уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия;
- использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям;

- использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий;
- 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 макетов;
- 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;
- использовать поисковые системы интернета;
- использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;
- определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы;
- доводить информацию заказчика до ЦА;

- использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество;
- 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;
- 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 макетов;
- 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.

знать:

- методики рекламного планирования;
- инструментов рекламного планирования;
- систему маркетинговых коммуникаций;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
- принципы выбора каналов коммуникации;
- аудиторию различных средств рекламы;
- отраслевую терминологию;
- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;
- технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций;
- принципы стратегического и оперативного планирования РК;
- виды запросов пользователей в поисковых системах интернета
- особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете;
- принципы функционирования современных социальных медиа;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании;
- важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей;
- важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей;
- логику и структуру плана рекламной кампании;
- логику и структуру медиаплана;
- структуру брифа и требования к нему;
- важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании;

- 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;

- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- отраслевую терминологию;

- требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;
- технологии воздействия на аудиторию при применении визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам;

- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;
- возможности интернет-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.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля

Всего часов – 432, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 324 часа, включая:
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 200 часов;
 самостоятельной работы обучающегося – 124 часа;
 учебной и производственной практики – 108 часов.

2. Результаты освоения профессионального модуля

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности 03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Профессиональные компетенции	Показатели оценки результата
ПК 2.1.	Проведение стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
ПК 2.2.	Предъявление результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах
ПК 3.1.	Разработка стратегии продвижения бренда в сети Интернет
ПК 3.2.	Разработка рекламных кампаний бренда в сети Интернет
ПК 3.3.	Проведение рекламной кампании инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях
ПК 4.1.	Разработка творческих рекламных решений для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании
ПК 4.3.	Проведение разработки и размещения рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет

Общие компетенции	Показатели оценки результата
ОК 1	Выбор способа решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 2	Использование современных средств поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 3	Планирование и реализация собственного профессионального и личностного развития, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 4	Эффективное взаимодействие и работа в коллективе и команде
ОК 5	Осуществление устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 9	Использование профессиональной документации на государственном и иностранном языках

3. Структура и содержание профессионального модуля

3.1. Тематический план

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Объем профессионального модуля, ак. час.									
		Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики).	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)						Практики	
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося			Учебная	Производственная (по профилю специальности)
				Всего	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия	в т.ч. курсовая работа (проект), часов	Всего	в т.ч. курсовая работа (проект), часов	10		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 05.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.	Раздел 1. Создание бренд-стратегий	108	-	108	32	-	44	-	-	-	-
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.	Раздел 2. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	72	-	72	20	-	32	-	-	-	-
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 2.1.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 4.1.; ПК 4.3.	Раздел 3. Создание диджитал-стратегий	108	-	108	40	-	36	-	-	-	-
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.	Раздел 4. Настройка и запуск рекламной кампании в диджитал: социальные сети, медиаплатформы, поисковая реклама, сайт	36	-	36	12	-	12	-	-	-	-
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.;	Учебная практика по модулю "Продвижение	36	36							36	

ОК 05.; ОК 09.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.1.; ПК 4.3.	торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий"	72	72	318	324	104	-	124	-	36	72
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.1.; ПК 4.3.	Производственная практика по модулю "Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий"	72	72	432	432	324	104	-	124	-	72
Всего:											

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрено)	Объем часов	Формируемые компетенции
1	2	3	4
Раздел ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий		432 ч.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.1.; ПК 4.3.
	МДК.03.01. Создание бренд-стратегий	108 ч.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 05.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.
Тема 1.1. Теоретические аспекты и понятия «бренд» и «брендинг»	Содержание	4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 05.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.
	1. Понятие и сущность бренда и брендинга. Суть бренда и его имидж		
	2. Позиционирование бренда		
	Практические занятия	4	

Тема 1.2. Модели брендинга	1.	Понятие и сущность бренда и брендинга. Суть бренда и его имидж		
	2.	Позиционирование бренда		
	Содержание			
	1.	Классификация моделей брендинга		
Тема 1.3. Бренд-технологии	2.	Модели создания бренда. Модели определения стоимости бренда. Модели управления брендом. Контекстная модель брендинга.	4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 05.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.
	Практические занятия			
	1.	Модели создания бренда. Модели определения стоимости бренда.	4	
	2.	Модели управления брендом. Контекстная модель брендинга.		
Тема 1.4. Атрибуты бренда. Фирменный стиль	Содержание		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 05.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.
	1.	Стратегия бренда.		
	2.	Позиционирование бренда.		
	Практические занятия		6	
Тема 1.5. Стратегия управления брендом	1.	Идентичность бренда.		
	2.	Имидж бренда.		
	3.	Коммуникационная стратегия бренда.		
	Содержание		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 05.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.
Тема 1.6. Сотрудничество (коллаборация) брендов	1.	Основные элементы айдентики		
	2.	Визуальная идентификация бренда (фирменный стиль).		
	Практические занятия		4	
	1.	Формальные критерии имиджирования. Этапы создания имени бренда.		
Тема 1.7. Управление брендом	2.	Упаковка. Дизайн интерьера (in-door) и экстерьера (out-door).		
	Содержание		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 05.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.
	1.	Формирование стратегии разработки и управления брендом		
	2.	Архитектура бренда. Структура корпоративного портфеля		
Тема 1.8. Управление брендом	Практические занятия		4	
	1.	Растяжение и расширение бренда. Суббренд		
	2.	Совместный брендинг		
	Содержание		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 05.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.
Тема 1.9. Управление брендом	1.	Сущность коллаборации брендов		
	2.	«Культурные бренды»		
	Содержание		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 05.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.
	Содержание		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 05.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.

	Практические занятия		4	
	1.	2.		
Тема 1.7. Измерение марочного капитала. Аудит бренда	Сотрудничество брендов в сфере искусства и образования		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 05.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.
	Примеры коллабораций брендов			
	Содержание			
	1.	Понятие и сущность марочного капитала, факторы его оценки		
	2.	Методы оценки марочного капитала		
Тема 1.8. Определение рыночной стоимости бренда	Практические занятия		2	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 05.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.
	1. Аудит бренда			
	Содержание			
	1.	Методология определения рыночной стоимости бренда		
	Практические занятия			
Тема 1.9. Бренд как технология продвижения территорий	1. Определение рыночной стоимости бренда		2	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 05.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.
	Содержание			
	1.	Территориальный брендинг: сущность, основные понятия		
	Практические занятия			
	1. Процесс создания бренда территории			
Самостоятельная работа при изучении раздела МДК.03.01. Создание бренд-стратегий	Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы:		44	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 05.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.
	Понятие и сущность бренда и брендинга. Суть бренда и его имидж.			
	Позиционирование бренда.			
	Модели создания бренда. Модели определения стоимости бренда.			
	Модели управления брендом. Контекстная модель брендинга.			
	Идентичность бренда.			
	Имидж бренда.			
	Коммуникационная стратегия бренда.			
	Формальные критерии имяобразования. Этапы создания имени бренда.			
	Упаковка. Дизайн интерьера (in-door) и экстерьера (out-door).			
	Растяжение и расширение бренда. Суббренд.			
	Совместный брендинг.			
	Сотрудничество брендов в сфере искусства и образования.			
	Примеры коллабораций брендов.			
	Аудит бренда.			
Определение рыночной стоимости бренда.				
Процесс создания бренда территории.				
МДК.03.02. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами			72 ч.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.;

цифровых коммуникационных технологий

цифровых коммуникационных технологий				
Тема 2.1. Торговая марка, товарный знак и бренд	Содержание			ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.
	1.	Понятие и сущность торговой марки, товарного знака и бренда	4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.
	2.	Продвижение в Интернете: особенности и нюансы		
	Практические занятия		4	
	1.	Понятие и сущность торговой марки, товарного знака и бренда		
	2.	Продвижение в Интернете: особенности и нюансы	4	
	Содержание			
	1.	Виды продвижения торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет	4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.
	2.	Этапы продвижения		
	Практические занятия		6	
1.	Виды продвижения торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет			
Тема 2.2. Виды и этапы продвижения торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет	Содержание			ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.
	1.	Понятие и сущность современных коммуникационных технологий	4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.
	2.	Цифровые коммуникационные технологии, используемые при продвижении		
	Практические занятия		4	
	1.	Понятие и сущность современных коммуникационных технологий		
	2.	Цифровые коммуникационные технологии, используемые при продвижении	4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.
	Содержание			
	1.	Разработка стратегии продвижения бренда в интернете	4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.
	2.	Каналы продвижения торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет		
	Практические занятия		6	
1.	Разработка стратегии продвижения бренда в интернете			
Тема 2.3. Современные коммуникационные технологии	Содержание			ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.
	1.	Понятие и сущность современных коммуникационных технологий	4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.
	2.	Цифровые коммуникационные технологии, используемые при продвижении		
	Практические занятия		4	
	1.	Понятие и сущность современных коммуникационных технологий		
	2.	Цифровые коммуникационные технологии, используемые при продвижении	4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.
	Содержание			
	1.	Разработка стратегии продвижения бренда в интернете	4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.
	2.	Каналы продвижения торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет		
	Практические занятия		6	
1.	Разработка стратегии продвижения бренда в интернете			
Тема 2.4. Разработка стратегии и каналы продвижения торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет	Содержание			ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.
	1.	Понятие и сущность современных коммуникационных технологий	4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.
	2.	Цифровые коммуникационные технологии, используемые при продвижении		
	Практические занятия		4	
	1.	Понятие и сущность современных коммуникационных технологий		
	2.	Цифровые коммуникационные технологии, используемые при продвижении	4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.
	Содержание			
	1.	Разработка стратегии продвижения бренда в интернете	4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.
	2.	Каналы продвижения торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет		
	Практические занятия		6	
1.	Разработка стратегии продвижения бренда в интернете			

Тема 2.5. Методы и инструменты продвижения торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет	Содержание		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.
	1.	Инструменты и методы продвижения торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет		
	2.	Оценка эффективности продвижения торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет		
	Практические занятия			
	1.	Инструменты и методы продвижения торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет		
Самостоятельная работа при изучении раздела МДК.03.02. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	2.	Оценка эффективности продвижения торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет	4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 05.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.
	Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			
	Понятие и сущность торговой марки, товарного знака и бренда			
	Продвижение в Интернете: особенности и нюансы			
	Виды продвижения торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет			
Этапы продвижения	Понятие и сущность современных коммуникационных технологий		32	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 05.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.
	Цифровые коммуникационные технологии, используемые при продвижении			
	Разработка стратегии продвижения бренда в интернете			
	Каналы продвижения торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет			
	Инструменты и методы продвижения торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет			
Оценка эффективности продвижения торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет	Оценка эффективности продвижения торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет		108 ч.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 2.1.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 4.1.; ПК 4.3.
	МДК.03.03. Создание диджитал-стратегий			
	Содержание			
	1.	Роль бренда в коммуникации		
	2.	Боли клиента и ценности бренда		
Тема 3.1. Роль бренда в коммуникации	Практические занятия		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 2.1.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 4.1.; ПК 4.3.
	1.	Роль бренда в коммуникации		
	2.	Коммуникационная воронка		
	Содержание			
	1.	Карта пользовательского пути (CJM): понятие и сущность		
Тема 3.2. Карта пользовательского пути (CJM)	2.	Понятие и структура процесса касдева	4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 2.1.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 4.1.; ПК 4.3.
	Практические занятия			
	1.	Построение карты пользовательского пути		

Тема	2.	Содержание	4	Содержание	4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 2.1.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 4.1.; ПК 4.3.
Тема 3.3. Анализ целевой аудитории и ее сегментация		1. Методы анализа целевой аудитории	4			
		2. Сегментация аудитории: понятие и особенности				
		Практические занятия				
		1. Анализ целевой аудитории				
Тема 3.4. Анализ конкурентов в диджитал-среде		2. Сегментация аудитории	4			
		Содержание				
		1. Анализ конкурентов: понятие и способы				
		2. Mind map: что такое интеллект-карта и как её сделать				
Тема 3.5. Digital-инструменты		Практические занятия	4			
		1. Анализ конкурентов				
		2. Использование Mind map				
		Содержание				
Тема 3.6. Рекламная кампания		1. Основы креативных методологий	4			
		2. Каналы и форматы digital-коммуникации				
		Практические занятия				
		1. Использование креативных методик				
Тема 3.7. Интерактивные технологии в проекте		2. Поиск digital-инструментов для стратегии	6			
		Содержание				
		1. Понятие и особенности рекламной кампании				
		2. Структура рекламной кампании				
Тема 3.8. Оценка эффективности диджитал-стратегий		Практические занятия	4			
		1. Этапы рекламной кампании				
		2. Целеполагание				
		3. Медиаплан				
Тема 3.9. Интерактивные технологии в проекте		Содержание	4			
		1. Проектный менеджмент				
		2. Интерактивные технологии: понятие и виды				
		Практические занятия				
Тема 3.10. Оценка эффективности диджитал-стратегий		1. Планирование в проектном менеджменте	6			
		2. Использование интерактивных технологий				
		Содержание				
		1. Оценка эффективности проекта				
Тема 3.11. Оценка эффективности диджитал-стратегий		2. Способы и методы оценки эффективности диджитал-стратегий	4			
		Практические занятия				
		1. Оценка эффективности проекта				
		2. Способы и методы оценки эффективности диджитал-стратегий				
Тема 3.12. Оценка эффективности диджитал-стратегий		Практические занятия	6			
		1. Оценка эффективности проекта				
		2. Способы и методы оценки эффективности диджитал-стратегий				
		Практические занятия				

		1.	KPI		
		2.	Метрики и формулы оценки эффективности		
Самостоятельная работа при изучении раздела МДК.03.02. Создание диджитал-стратегий					
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы:					
Роль бренда в коммуникации					
Коммуникационная воронка					
Построение карты пользовательского пути					
Структура процесса касдев					
Анализ целевой аудитории					
Сегментация аудитории					
Анализ конкурентов					
Использование Mind map					
Использование креативных методик					
Поиск digital-инструментов для стратегии					
Этапы рекламной кампании					
Целеполагание					
Медиаплан					
Планирование в проектно менеджменте					
Использование интерактивных технологий					
KPI					
Метрики и формулы оценки эффективности					
МДК.03.04. Настройка и запуск рекламной кампании в диджитал: социальные сети, медиалинформы, поисковая реклама, сайт					
36 ч.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.					

Тема 4.3. Коммуникационные стратегии в Digital-маркетинга	Содержание		2	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.
	1.	Маркетинговые коммуникации и продвижение товаров и услуг		
	Практические занятия			
	1.	Разработка стратегии интернет-продвижения		
Тема 4.4. Сайт и посадочная страница	Содержание		2	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.
	1.	Основы разработки сайтов		
	2.	Коммерциализация сайтов и ключевые показатели эффективности		
	Практические занятия			
Тема 4.5. Интернет-реклама как инструмент	1.	Разработка сайта	2	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.
	2.	Партнерские программы коммерческих сайтов и их агрегаторы		
	Содержание			
	1.	Медийная (баннерная) реклама		
Тема 4.6. SMM и SEO-технологии	2.	Контекстная реклама	2	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.
	Практические занятия			
	1.	RTB-технология интернет-рекламы		
	2.	Другие виды интернет-рекламы		
Самостоятельная работа при изучении раздела МДК.03.04. Настройка и запуск рекламной кампании в диджитал: социальные сети, медиаплатформы, поисковая реклама, сайт	Содержание		2	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.
	1.	Что понимается под поисковым продвижением интернет-ресурса? Каковы его основные особенности и преимущества реализации?		
	2.	Что следует понимать под термином «продвижение в социальных сетях» (SMM - Social Media Marketing)?		
	Практические занятия			
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Маркетинговые технологии в digital-среде: основные виды Контент-маркетинг SEO-маркетинг	1.	Основные методы привлечения посетителей из блока результатов основного поиска в системе Яндекс	2	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.
	2.	SMM и таргетинг		
	Содержание			
	Содержание			

Разработка стратегии интернет-продвижения Разработка сайта Партнерские программы коммерческих сайтов и их агрегаторы RTB-технология интернет-рекламы Другие виды интернет-рекламы Основные методы привлечения посетителей из блока результатов основного поиска в системе Яндекс SMM и таргетинг Учебная практика Виды работ Проведение ознакомительной беседы для студентов, посвященной содержанию и специфике деятельности организации(ий), доведение до обучающихся заданий на практику. Инструктаж по технике безопасности в организации. Сбор, обработка и систематизации фактического материала: описание сферы деятельности организации, специализации, назначение услуг (цель (миссия), задачи функционирования организации); история развития; сфера и масштаб деятельности; характеристика вида деятельности, месторасположение, организационная и организационно-правовая форма, управленческая структура, численность и структура персонала, организация информационно-правовой формы, управленческая структура, численность и структура персонала, организация информационной инфраструктуры организации. Описание работы подразделения предприятия (организации), информационные потоки (информационное взаимодействие), в котором проходит практика, изучение его функций и должностных инструкций персонала подразделения. Систематизация полученных данных в соответствии с поставленными задачами и структурой отчета. Подготовка текста профессионального и содержательного доклада с целью повышения эффективности управления информацией как стратегическим ресурсом организации, выступление с ним. Оформление отчета о практике, анализ проделанной работы и подведение её итогов, участие обучающихся в итоговой конференции с приглашением руководителей учебной практики, оценивающих результативность учебной практики. К выступлению прилагаются демонстрационные материалы. Производственная практика (по профилю специальности) Виды работ Проведение ознакомительной лекции для студентов, посвященной содержанию и специфике деятельности организации(ий), доведение до обучающихся заданий на практику. Инструктаж по технике безопасности в организации. Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического материала: описание сферы деятельности организации, специализации, назначение услуг (цель (миссия), задачи функционирования организации); история развития; сфера и масштаб деятельности; характеристика вида деятельности, месторасположение, организационная и организационно-правовая форма, управленческая структура, численность и структура персонала, организация информационной инфраструктуры организации. Проведение исследования. Изучение отечественного и зарубежного опыта реализации аналогичных (сходных) медиапроектов.	36	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.1.; ПК 4.3.
	72	

Обработка и обобщение результатов практики. Детализация авторской концепции, разработка поправок и рекомендаций к ней.		
Отбор материалов. Анализ проекта, предлагаемого автором; выявление слабых и сильных сторон, соответствия проекта информационной политике отделов рекламы и связей с общественностью.		
Всего	432 ч.	

4. Условия реализации профессионального модуля
4.1. Требования к материально-техническому обеспечению

№ 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)
1	2	3	4	5	6	7
ПМ. 03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий						
1.	Создание бренд-стратегий	Мастерская "Масс-медиа центр". Мастерская оборудована учебной мебелью на 12 посадочных мест, магнитно-маркерной доской, мультимедийным оборудованием (проектор, компьютер). Оснащена оборудованием: видеостена на базе 4х46" LCD панелей с контроллером управления Помещение для самостоятельной и воспитательной работы: аудитория оборудована учебной мебелью на 28	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (80,4 кв. м, помещение № 211, этаж 3)	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024- 310395200 бессрочно
			355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70,	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра

	посадочных мест, учебной доской, магнитно-маркерной доской, мультимедийным оборудованием (короткофокусный мультимедиа-проектор, доска магнитно-маркерная, компьютер). Оснащена компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.	ул. Пушкина, д.1, к.1 (61 кв. м, помещение № 84, этаж 1)		недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно
	Помещение для самостоятельной и воспитательной работы на 24 посадочных места, оснащенное компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (45,3 кв. м, помещение № 304 , этаж 5)	Оперативное управление	РОССИЯ Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно
2. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	Компьютерно-лингвонный класс. Компьютерно-лингвонный класс оборудован учебной мебелью на 25 посадочных мест, магнитно-маркерной доской, мультимедийным оборудованием (проектор), 25 персональными компьютерами. Имеется необходимый комплект лицензионного программного обеспечения	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
	Помещение для самостоятельной и воспитательной работы: аудитория	355017, Ставропольский край, г.	Оперативное управление	РОССИЯ Выписка из Единого государственного

	оборудована учебной мебелью на 28 посадочных мест, учебной доской, магнитно-маркерной доской, мультимедийным оборудованием (короткофокусный проектор, доска магнитно-маркерная, компьютер). Оснащена компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.	Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (61 кв. м, помещение № 84, этаж 1)			реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно
	Помещение для самостоятельной и воспитательной работы на 24 посадочных места, оснащенное компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (45,3 кв. м, помещение № 304, этаж 5)	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно
3. Создание диджитал-стратегий	Компьютерно-лингвонный класс. Компьютерно-лингвонный класс оборудован учебной мебелью на 25 посадочных мест, магнитно-маркерной доской, мультимедийным оборудованием (короткофокусный проектор, доска магнитно-маркерная, компьютер). Оснащена компьютерной техникой с подключением к сети Интернет и доступом в ЭИОС), 25 персональных компьютеров с подключением к сети Интернет и доступом в ЭИОС,	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (117,3 кв. м, помещение № 150, этаж 2)	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно

4.	Настройка и запуск рекламной кампании в диджитал: социальные сети, медиаплатформы, поисковая реклама, сайт	Помещение для самостоятельной и воспитательной работы: аудитория оборудована учебной мебелью на 28 посадочных мест, учебной доской, магнитно-маркерной доской, мультимедийным оборудованием (короткофокусный проектор, доска магнитно-маркерная, компьютер). Оснащена компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (61 кв. м, помещение № 84, этаж 1)	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно
		Помещение для самостоятельной и воспитательной работы на 24 посадочных места, оснащенное компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (45,3 кв. м, помещение № 304, этаж 5)	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно
		Компьютерно-лингфонный класс. Компьютерно-лингфонный класс оборудован учебной мебелью на 25 посадочных мест, магнитно-маркерной доской, мультимедийным оборудованием (короткофокусный проектор, доска магнитно-маркерная, компьютер). Оснащена компьютерной техникой с подключением к сети Интернет и	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (117,3 кв. м, помещение № 150, этаж 2)	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-

	доступом в ЭИОС), 25 персональных компьютеров с подключением к сети Интернет и доступом в ЭИОС, лингафонное оборудование				310395200 бессрочно
	Помещение для самостоятельной и воспитательной работы: аудитория оборудована учебной мебелью на 28 посадочных мест, учебной доской, магнитно-маркерной доской, мультимедийным оборудованием (короткофокусный мультимедиа-проектор, доска магнитно-маркерная, компьютер). Оснащена компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (61 кв. м, помещение № 84, этаж 1)	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно
	Помещение для самостоятельной и воспитательной работы на 24 посадочных места, оснащенное компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (45,3 кв. м, помещение № 304, этаж 5)	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно
5. Учебная практика по модулю "Продвижение торговых марок, брендов и	Административно-бытовой корпус с гаражом-стоянкой Стол письменный производитель ЗАО «Камбио» NET NST1263 Grey Green – 5 шт.	г. Ставрополь, ул. Держинского, 149 (35,2 кв. м, помещение № 14)	Практическая подготовка	Филиал федерального государственного унитарного предприятия «Всероссийская	Договор №ПП 885-25 о практической подготовке обучающихся от 15 мая 2025г.,

организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационны х технологий"	Стул мягкий офисный ИЗО – 11 шт. Магнитно-маркерная доска 240x120 односекционная – 1 шт.			государственная телевизионная и радиовещательная компания» «Государственная телевизионная и радиовещательная компания «Ставрополье»	срок действия с 15.05.2025 г. до 31.12.2030 г.
	Административно-бытовой корпус с гаражом-стоянкой Стол письменный производитель ЗАО «Камбио» NET NST1263 Grey Green – 6 шт. Стул мягкий офисный ИЗО – 10 шт. Ноутбук ASUS 15.6, модель M515DABQ1256 SSD 512 Гб, 8 Гб, AMD Ryzen 3 – 1 шт. Мультимедийный проектор Epson EB-W51 WXGA 1280x800 1 шт.	г. Ставрополь, ул. Держинского, 149 (38,3 кв. м, помещение № 15)	Практическая подготовка	Филиал федерального государственного унитарного предприятия «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» «Государственная телевизионная и радиовещательная компания «Ставрополье»	Договор №ПП 885- 25 о практической подготовке обучающихся от 15 мая 2025г., срок действия с 15.05.2025 г. до 31.12.2030 г.
	Основное помещение: 3 стола для сотрудников, 5 стульев, диванчик 4 компьютера с установленным ОС на Windows 10, 1 вспышка Go-dox QS-300, 3 источника света, 2 камеры для фото- и видео съемки, 2 вида микрофонов для записи голоса во время процесса создания видео, рулонные фоны:	355037, Ставропольский край, город Ставрополь, ул. Ленина, д. 484В, пом. 152 (40 кв. м, помещение № б/н)	Практическая подготовка	Общество с ограниченной ответственностью «РУМЕДИА ГРУПП»	Договор №ПП 849- 25 о практической подготовке обучающихся от 14 мая 2025г., срок действия с 14.05.2025 г. до 31.12.2030 г.

6.	серый, черный и 2 белых, 2 штатива для камер. 2 стабилизатора для камер, принтер. 2 флага для фотосъемки, 10 розеток. Помещение директора: Стол директора организации, 3 стула, компьютер с установленным ОС на Windows 10, вешалки для костюмов, полка со встроенными ящиками, 3 розетки	355037, Ставропольский край, город Ставрополь, ул. Ленина, д. 484В, пом. 152 (20 кв. м, помещение № б/н)	Практическая подготовка	Общество с ограниченной ответственностью «РУМЕДИА ГРУПП»	Договор №ПП 849-25 о практической подготовке обучающихся от 14 мая 2025г., срок действия с 14.05.2025 г. до 31.12.2030 г.
	Помещение для аппаратуры: 2 шкафа с расходниками, дополнительные 6 стульев, набор тканей для фотосъемки (зеленый фон, обычная фиолетовая ткань, белый пластиковый фон на подставке), дополнительная аппаратура для света и вспышки (конус).	355037, Ставропольский край, город Ставрополь, ул. Ленина, д. 484В, пом. 152 (17 кв. м, помещение № б/н)	Практическая подготовка	Общество с ограниченной ответственностью «РУМЕДИА ГРУПП»	Договор №ПП 849-25 о практической подготовке обучающихся от 14 мая 2025г., срок действия с 14.05.2025 г. до 31.12.2030 г.
	Административно-бытовой корпус с гаражом-стоянкой Стол письменный производитель ЗАО «Камбио» NET NST1263 Grey Green – 5 шт. Стол мягкий офисный ИЗО – 11 шт. Магнитно-маркерная доска 240x120 односекционная – 1 шт.	г. Ставрополь, ул. Дзержинского, 149 (35,2 кв. м, помещение № 14)	Практическая подготовка	Филиал федерального государственного унитарного предприятия «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания»	Договор №ПП 885-25 о практической подготовке обучающихся от 15 мая 2025г., срок действия с 15.05.2025 г. до 31.12.2030 г.

КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	Административно-бытовой корпус с гаражом-стоянкой Стол письменный производитель ЗАО «Камбио» NET NST1263 Grey Green – 6 шт. Стул мягкий офисный ИЗО – 10 шт. Ноутбук ASUS 15,6, модель M515DABQ1256 SSD 512 Гб, 8 Гб, AMD Ryzen 3 – 1 шт. Мультимедийный проектор Epson EB-W51 WXGA 1280x800 1 шт.	г. Ставрополь, ул. Дзержинского, 149 (38,3 кв. м, помещение № 15)	Практическая подготовка	Филиал федерального государственного унитарного предприятия «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» «Государственная телевизионная и радиовещательная компания»	Договор №ПП 885-25 о практической подготовке обучающихся от 15 мая 2025г., срок действия с 15.05.2025 г. до 31.12.2030 г.
	Основное помещение: 3 стола для сотрудников, 5 стульев, диванчик 4 компьютера с установленным ОС на Windows 10, 1 вспышка Go-dox QS-300, 3 источника света, 2 камеры для фото- и видеосъемки, 2 вида микрофонов для записи голоса во время процесса создания видео, рулонные фоны: серый, черный и 2 белых, 2 штатива для камер, 2 стабилизатора для камер, принтер, 2 флага для фотосъемки, 10 розеток.	355037, Ставропольский край, город Ставрополь, ул. Ленина, д. 484В, пом. 152 (40 кв. м, помещение № б/н)	Практическая подготовка	Общество с ограниченной ответственностью «РУМЕДИА ГРУПП»	Договор №ПП 849-25 о практической подготовке обучающихся от 14 мая 2025г., срок действия с 14.05.2025 г. до 31.12.2030 г.
	Помещение директора:	355037, Ставропольский	Практическая	Общество с	Договор №ПП 849-

	Стол директора организации, 3 стула, компьютер с установленным ОС на Windows 10, вешалки для костюмов, полка со встроенными ящиками, 3 розетки	край, город Ставрополь, ул. Ленина, д. 484В, пом. 152 (20 кв. м, помещение № б/н)	подготовка	ограниченной ответственностью «РУМЕДИА ГРУПП»	25 о практической подготовке обучающихся от 14 мая 2025г., срок действия с 14.05.2025 г. до 31.12.2030 г.
	Помещение для аппаратуры: 2 шкафа с расходниками, дополнительные 6 стульев, набор тканей для фотосъемки (зеленый фон, обычная фиолетовая ткань, белый пластиковый фон на подставке), дополнительная аппаратура для света и вспышки (конус).	355037, Ставропольский край, город Ставрополь, ул. Ленина, д. 484В, пом. 152 (17 кв. м, помещение № б/н)	Практическая подготовка	Общество с ограниченной ответственностью «РУМЕДИА ГРУПП»	Договор №ПП 849-25 о практической подготовке обучающихся от 14 мая 2025г., срок действия с 14.05.2025 г. до 31.12.2030 г.
7. Экзамен по модулю "Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий"	Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оборудована учебной мебелью на 12 посадочных мест, магнитно-маркерной доской, мультимедийным оборудованием (ноутбук, переносной проектор)	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (29,3 кв. м, помещение № 246, этаж 3)	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра объектов недвижимости об недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно

4.2. 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. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

Основная литература

1. Винарский, Я.С. Web-аппликации в интернет-маркетинге [Текст] : проектирование, создание и применение : практическое пособие / Я. С. Винарский, Р. Д. Гутарц. - Москва : ИИФРА-М, 2018. - 267, [1] с. : ил., табл.; 22 см. - (Среднее профессиональное образование).; ISBN 978-5-16-014219-7.
2. Карнова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карнова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : непосредственный.
3. Сияева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Сияева, О. П. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : непосредственный.
4. Твердохлебова, М.Д., Интернет-маркетинг : учебник / М.Д. Твердохлебова. — Москва : КноРус, 2021. — 190 с. — ISBN 978-5-406-08562-2.

Дополнительная литература

1. 25 беспроигрышных идей : практическое пособие / Васильева Е.А.. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 156 с. — ISBN 978-5-394-03192-2.
2. Дробо, К. Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности / К. Дробо ; перевод Ю. Орловой. — Москва : Альпина Паблишер, 2016. — 276 с. — ISBN 5-9614-0109-X
3. Загребельный Г., Боровик М., Меркулович Т., Фролкин И.: Performance-маркетинг: Заставьте интернет работать на вас. - Альпина Паблишер, 2021 ISBN: 978-5-9614-5816-9
4. Интернет-маркетинг / Под ред. А.В. Юрасова - М.: Горячая линия - Телеком, 2012. - 246 с.: ил. - ISBN 978-5-9912-0165-0
5. Настольная книга интернет-маркетолога. Воронки продаж, вебинары, SMM (Мария Солодар) ISBN: 978-5-04-115949-8,
6. Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете [Текст] / Мара Эйнштейн ; перевод с английского [Т. Мамедова]. - Москва : Альпина Паблишер, 2017. - 299, [1] с.; 22 см.; ISBN 978-5-9614-6243-2
7. Романов А.А. Рекламный менеджмент : учебное пособие / Романов А.А., Каптюхин Р.В.. — Москва : Евразийский открытый институт, 2010. — 432 с. — ISBN 978-5-374-00393-2.
8. Акулич М. В. — Москва: Издательско торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. ... ISBN 978-5-394-02474-0.

9. Интернет-маркетинг на 100% [Текст] / Н. Андросов [и др.] ; под ред. Сергея Сухова. - Москва [и др.] : Питер [и др.], 2011. - 228 с. : ил., портр., табл., факс.; 21 см.; ISBN 978-5-459-00855-5

10. Маркетинговые инструменты для продвижения бизнеса в Интернете. Смирнов А., Суздаль Ю. - Москва : ИП Весь, 2015. ISBN. 978-5-9573-2942-8.

Интернет-ресурсы

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Реализация рабочей программы профессионального модуля ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий включает обязательное прохождение учебной и производственной практики.

Учебная практика может проводиться в организациях в специально оборудованных помещениях на основе договоров между организацией и Колледжем при наличии документации, оборудования, инструментов, расходных материалов, обеспечивающих выполнение всех видов работ, определенных содержанием рабочей программы профессионального модуля.

Производственная практика реализуется в организациях отраслевого профиля, обеспечивающих деятельность обучающихся в профессиональной области и выполнение всех видов деятельности, определенных содержанием ФГОС СПО.

В соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, реализация компетентного подхода предусматривает использование в образовательном процессе современных образовательных технологий, активных и интерактивных форм и методов проведения занятий, с целью формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся. Современные образовательные технологии, активные и интерактивные формы и методы проведения занятий, используемые в образовательном процессе представлены применением метода демонстрации, применения компьютерных и информационных технологий, метода «мозгового штурма».

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Преподаватели дисциплин профессионального цикла, осуществляющие обучение по междисциплинарному курсу, входящему в состав профессионального модуля ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий, имеют высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого курса и получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года.

Преподаватели дисциплин профессионального цикла, мастера производственного обучения, осуществляющие проведение учебной практики и руководство производственной практикой, имеют высшее образование по профилю специальности и проходят обязательную стажировку в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года.

5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Знает пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов; Знает аспекты планирования рекламы Знает этапы принятия и реализации управленческих решений	Устный опрос (собеседование). Тестирование Оценка выполнения практических заданий
ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	Составляет планы и графики своей деятельности в коллективе исполнителей по разработке и техническому исполнению рекламного продукта Согласовывает планы деятельности с коллективом исполнителей Знает аспекты планирования рекламы	Устный опрос (собеседование). Тестирование Оценка выполнения практических заданий
ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	Умеет разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	Устный опрос (собеседование). Тестирование Оценка выполнения практических заданий
ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Умеет разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Устный опрос (собеседование). Тестирование Оценка выполнения практических заданий

ПК 3.3. Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	Умеет работать с рекламой в сети Интернет; Знает экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации	Устный опрос (собеседование). Тестирование Оценка выполнения практических заданий
ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	Умеет осуществлять запрос в сети интернет Умеет отбирать информацию из большого массива данных Умеет использовать полученную информацию для решения профессиональных задач	Устный опрос (собеседование). Тестирование Оценка выполнения практических заданий
ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации и в сети Интернет	Умеет проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком Умеет проводить презентацию рекламного продукта	Устный опрос (собеседование). Тестирование Оценка выполнения практических заданий

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Умеет вступать в коммуникацию с заказчиками, подрядчиками, коллегами, партнерами и другими акторами. Умеет слушать и выделять главное Умеет проверять свое понимание в общении со слушателями Умеет аргументировать и доказывать свою позицию Умеет находить решения, устраивающие разных участников коммуникации	Устный опрос (собеседование). Тестирование Оценка выполнения практических заданий
ОК 2. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Умеет отслеживать тренды в сфере рекламы, анализирует социальные сети, профессиональные публикации, знает лидеров мнений; Ориентируется в сфере технологий Использует современные технологии для решения профессиональных задач	Устный опрос (собеседование). Тестирование Оценка выполнения практических заданий

ОК 3. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	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	Устный опрос (собеседование). Тестирование Оценка выполнения практических заданий
ОК 4. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Составляет планы и графики своей деятельности в коллективе исполнителей по разработке и техническому исполнению рекламного продукта Согласовывает планы деятельности с коллективом исполнителей Знает аспекты планирования рекламы	Устный опрос (собеседование). Тестирование Оценка выполнения практических заданий
ОК 5. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Знает основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации	Устный опрос (собеседование). Тестирование Оценка выполнения практических заданий
ОК 6. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	Умеет организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Устный опрос (собеседование). Тестирование Оценка выполнения практических заданий

ОК 9. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Знает о социальных и этических проблемах, связанных с развитием и использованием достижений науки, техники и технологий	Устный опрос (собеседование). Тестирование Оценка выполнения практических заданий
---	---	---