

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Вятский государственный университет»
(ВятГУ)

Колледж ВятГУ

УТВЕРЖДАЮ

Директор колледжа

Вахрушева Л.В.

31.08.2023 г.

рег. №3-42.02.01.51_2023_0020

Рабочая программа профессионального модуля

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

для специальности

42.02.01. Реклама

Форма обучения
очная

Киров 2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	Стр. 4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	14
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	16
ПРИЛОЖЕНИЕ: ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ	18

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

1.1. Область применения рабочей программы

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

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий», в структуре программ повышения квалификации и переподготовки работников государственных, коммерческих, общественных структур, средств массовой коммуникации, профильных организаций сферы рекламы и медиакоммуникаций, работников в области рекламы медиакоммуникаций в рамках специальности СПО 42.02.01. Реклама.

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:

- оценивать и корректировать деятельность на основе эталона;
- анализировать рекламную деятельность конкурентов в интернете, отстраиваться от них;
- создавать лэндинг в конструкторах;
- настраивать рекламный кабинет в социальной сети ВКонтакте;
- определять целевую аудиторию для продвижения в социальных сетях;
- создавать тематическое планирование (контент-план);
- наполнять контент-план разработанными рекламными, рекламно-информационными продуктами

уметь:

- разрабатывать авторские рекламные проекты или продукты для социальных сетей;
- конструировать веб-страницы для продвижения товаров/услуг, пользуется инструментами SEO;
- определять целевые аудитории, сегментировать базы, работать с большими объемами данных;
- настраивать рекламные кампании в социальных сетях ВКонтакте, Телеграм;
- создавать мессенджеры продаж (скрипты продаж);
- считать аналитику эффективности таргетинговой рекламы в социальных сетях ВКонтакте, Телеграм;
- осуществлять поэтапные действия по разработке и продаже онлайн-продукта

знать:

- основные инструменты, площадки и онлайн-сервисы интернет-маркетинга;
- особенности интернет-аудитории, методы ее выявления и привлечения;
- способы настройки рекламных кабинетов: Таргет в социальных сетях ВКонтакте, Телеграм, Одноклассники;

- аналитика каналов продвижения в интернете и методы оценки эффективности рекламной кампании в интернете;
- специфика рекламного контента разных форматов для социальных сетей;
- актуальные методы продвижения объектов в социальных сетях
- основные понятия и языки веб-технологий;
- этапы работы по созданию адаптивных пользовательских интерфейсов;
- алгоритмы продюсирования онлайн-продуктов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ПМ)

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

Код компетенции	Наименование результата обучения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ПК 3.1	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 3.3	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Объем и виды учебной работы по профессиональному модулю

Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)

№ п/п	Наименования разделов профессионального модуля	всего, часы (макс. учебная нагрузка)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)						Коды компетенций	Формы промежуточного контроля	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося по очной форме обучения					Самостоятельная работа обучающегося по очной форме обучения			
			всего, часы	в т.ч. лабораторные, семинарские занятия и практические занятия, часы	в т.ч., курсовая работа (проект), часы	консультации	промеж. аттестация				всего, часы
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1.	МДК.03.01	168	94	58	-	2	16	56	ПК 3.1. ПК 3.2. ПК 3.3. ОК 01. ОК 02. ОК 05. ОК 09.	Экзамен Экзамен	
2.	Производственная практика	108									Зачёт
3.	Экзамен по модулю	16									
4.	Всего:	292	94	58	-	2	16	56			

3.2. Тематический план профессионального модуля

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

Название разделов / тем МДК	Вид учебной работы	Объем часов	Уровень освоения
		Очная форма обучения	
1	2	3	4
МДК 03.01. «Технологии продвижения в интернете»		150	
Модуль 1. «Интернет-маркетинг»		52	
Тема 1.1. Место и роль интернет-маркетинга в продвижении торговых марок, брендов и организаций	Теоретическое обучение	2	1
	Практические занятия	2	
	Семинарское занятие	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	5	
Тема 1.2. Основные инструменты, площадки и онлайн-сервисы интернет-маркетинга	Теоретическое обучение	4	2
	Практические занятия	4	
	Семинарское занятие	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	5	
Тема 1.3. Особенности интернет-аудитории	Теоретическое обучение	4	2
	Практические занятия	4	
	Семинарское занятие	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	5	
Тема 1.4. Оценка эффективности интернет-маркетинга	Теоретическое обучение	4	2
	Практические занятия	4	
	Семинарское занятие	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	5	
Модуль 2. «Продвижение в социальных сетях»		45	
Тема 2.1. Социальные сети как растущий сегмент рекламно-информационного бизнеса	Теоретическое обучение	4	2
	Практические занятия	4	
	Семинарское занятие	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	5	
Тема 2.2. Создание контента для социальных сетей	Теоретическое обучение	2	3
	Практические занятия	6	
	Семинарское занятие	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Тема 2.3. Актуальные методы продвижения аккаунтов в социальных сетях	Теоретическое обучение	4	3
	Практические занятия	8	
	Семинарское занятие	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Модуль 3. «Веб-разработка коммуникационных продуктов»		53	
Тема 3.1. Основы веб-технологий	Теоретическое обучение	4	2
	Практические занятия	6	
	Семинарское занятие	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Тема 3.2. Веб-разработка	Теоретическое обучение	4	3

адаптивных пользовательских интерфейсов	Практические занятия	8	3
	Семинарское занятие	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	7	
Тема 3.3. Продюсирование онлайн-продуктов	Теоретическое обучение	4	3
	Практические занятия	6	
	Семинарское занятие	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Консультация		2	
Промежуточная аттестация		16	
Практика			
Производственная практика – - оценивать и корректировать деятельность на основе эталона; - анализировать рекламную деятельность конкурентов в интернете, отстраиваться от них; - создавать лэндинг в конструкторах; - интегрировать лэндинг и базу CRM для сбора контактов; - настраивать рекламный кабинет в ВКонтакте; - определять целевую аудиторию для продвижения в социальных сетях; - создавать тематическое планирование (контент-план)		108	

3.3. Матрица формируемых общих и профессиональных компетенций

Разделы / темы учебной дисциплины	Общие компетенции				Профессиональные компетенции		
	ОК 01.	ОК 02.	ОК 05.	ОК 09.	ПК 3.1.	ПК 3.2.	ПК 3.3.
МДК.03.01. «Технологии продвижения в интернете»							
Модуль 1. «Интернет-маркетинг»							
Тема 1.1.	+	+	+	+	+	+	
Тема 1.2.	+	+	+	+	+	+	
Тема 1.3.	+	+	+	+	+	+	
Тема 1.4.	+	+	+	+	+	+	
Модуль 2. «Продвижение в социальных сетях»							
Тема 2.1	+	+	+	+	+	+	+
Тема 2.2.	+	+	+	+	+	+	+
Тема 2.3.	+	+	+	+	+	+	+
Модуль 3. «Веб-разработка коммуникационных продуктов»							
Тема 3.1.	+	+	+	+	+	+	
Тема 3.2.	+	+	+	+	+	+	
Тема 3.3.	+	+	+	+	+	+	

3.4. Содержание разделов / тем междисциплинарного курса

МДК 03.01. Технологии продвижения в интернете

Модуль 1. «Интернет-маркетинг»

Тема 1.1. «Место и роль интернет-маркетинга в продвижении торговых марок, брендов и организаций»

Содержание учебного материала: Понятие и профессиональная область интернет-маркетинга. Объекты интернет-маркетинга: торговые марки, бренды, организации, персоны,

товары, услуги. История развития интернет-маркетинга и современное состояние. Региональный рынок интернет-маркетинга.

Практическое занятие: индивидуальная или командная презентация (устная, с элементами визуализации) одного из кейсов реализации инструментов интернет-маркетинга мирового, национального, регионального уровня

Самостоятельная работа: поиск и отбор информации по одному из кейсов реализации инструментов интернет-маркетинга мирового, национального, регионального уровня; подготовка сообщения с элементами визуализации

Формы текущего контроля по теме: представление выполненных практических заданий и результатов самостоятельной работы; участие в обсуждении.

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Понятие и профессиональная область интернет-маркетинга.
2. Объекты интернет-маркетинга: торговые марки, бренды, организации, персоны, товары, услуги.
3. История развития интернет-маркетинга и современное состояние.
4. Региональный рынок интернет-маркетинга.

Тема 1.2. «Основные инструменты, площадки и онлайн-сервисы интернет-маркетинга»

Содержание учебного материала: Виды рекламы в интернете и динамика их развития. SEO-продвижение. Контекстная реклама, таргетированная реклама, нативная реклама, реклама у блогеров, видеореклама, email-рассылки, pop-up-окна, push-уведомления в браузере, аудиореклама и др. Актуальные интернет-площадки размещения рекламы, платформы и онлайн-сервисы.

Семинарское занятие: обмен информацией о различных видах рекламы в интернете; устные сообщения по предложенному плану

Практические занятия: работа в группах: определение вида и формата предложенных примеров рекламы в интернете; поиск в открытых источниках информации об инструментах интернет-маркетинга по заданным параметрам; разработка проекта продукта интернет-рекламы на заданную тему.

Самостоятельная работа: работа с дополнительной литературой и примерами по теме инструментов интернет-маркетинга.

Формы текущего контроля по теме: представление выполненных практических заданий и результатов самостоятельной работы; участие в обсуждении.

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Виды рекламы в интернете и динамика их развития.
2. SEO-продвижение.
3. Контекстная реклама
4. Таргетированная реклама
5. Нативная реклама
6. Виды интернет-рекламы: Реклама у блогеров, видеореклама, email-рассылки, pop-up-окна, push-уведомления в браузере, аудиореклама и др.
7. Актуальные интернет-площадки размещения рекламы, платформы и онлайн-сервисы.

Тема 1.3. «Особенности интернет-аудитории»

Содержание учебного материала: Демографические и социологические характеристики интернет-аудитории, динамика изменения возраста: расширение по обеим границам, стремление нижней возрастной границы к нулю. Особенности восприятия информации у интернет-аудитории: фреймы, клиповое мышление, дефицит времени, приоритет визуальных коммуникаций. Активная и пассивная аудитория. Информационная гигиена в интернете. Цифровой след.

Семинарское занятие: анализ характеристик интернет-аудитории по открытым источникам (на примерах), обмен мнениями.

Практические занятия: выявление целевой аудитории своего проекта перед производством и размещением интернет-рекламы.

Самостоятельная работа: разработка опросника для выявления характеристик и медиапредпочтений целевых аудиторий продукта или проекта.

Формы текущего контроля по теме: представление выполненных практических заданий и результатов самостоятельной работы; участие в обсуждении.

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Демографические и социографические характеристики интернет-аудитории
2. Динамика изменения возраста интернет-аудитории: расширение по обеим границам, стремление нижней возрастной границы к нулю.
3. Особенности восприятия информации у интернет-аудитории: фреймы, клиповое мышление, дефицит времени, приоритет визуальных коммуникаций.
4. Активная и пассивная аудитория.
5. Информационная гигиена в интернете.
6. Цифровой след.

Тема 1.4. «Оценка эффективности интернет-маркетинга»

Содержание учебного материала: задачи и методы оценки эффективности интернет-маркетинга (экономической, коммуникативной). Количественные показатели эффективности. Количественные показатели эффективности Оценка имиджевого или социального эффекта интернет-маркетинга.

Практические занятия: оценка примеров интернет-маркетинга по предложенному плану, обсуждение результатов.

Самостоятельная работа: индивидуальная работа над методами и критериями оценки интернет-маркетинга, поиск примеров для оценки.

Формы текущего контроля по теме: представление результатов оценки качества интернет-маркетинга, участие в групповом обсуждении.

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Задачи и методы оценки эффективности интернет-маркетинга (экономической, коммуникативной).
2. Количественные показатели эффективности.
3. Количественные показатели эффективности
4. Оценка имиджевого или социального эффекта интернет-маркетинга.

Модуль 2. «Продвижение в социальных сетях»

Тема 2.1. «Социальные сети как растущий сегмент рекламно-информационного бизнеса»

Содержание учебного материала: История развития зарубежных и отечественных социальных сетей. Возможности использования социальных сетей в различных сферах профессиональной деятельности. Особенности и отличия актуальных платформ (Телеграм, ВКонтакте, Одноклассники, Snapchat, WeChat и др.)

Практические занятия: индивидуальная или командная презентация (устная, с элементами визуализации) одного из кейсов продвижения в разных социальных сетях организации или бренда мирового, национального, регионального уровня.

Самостоятельная работа: поиск и отбор информации по одному из кейсов реализации продвижения в разных социальных сетях организации или бренда мирового, национального, регионального уровня; подготовка сообщения с элементами визуализации

Формы текущего контроля по теме: представление выполненных практических заданий и результатов самостоятельной работы; участие в обсуждении.

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. История развития зарубежных и отечественных социальных сетей.
2. Возможности использования социальных сетей в различных сферах профессиональной деятельности (с примерами аккаунтов).

3. Особенности и отличия актуальных платформ (Телеграм, ВКонтакте, Одноклассники, Snapchat, WeChat и др.)

Тема 2.2. «Создание контента для социальных сетей»

Содержание учебного материала: Специфика упаковки информации в социальных сетях на разных площадках и платформах. Видеосегмент в социальных медиа (YouTube, RuTube и др). Особенности текстов для социальных сетей. Фото- и аудиоконтент для социальных сетей

Практические занятия: разработка, представление и размещение контента разных видов для социальных сетей по теме своего проекта.

Самостоятельная работа: работа с оборудованием и программным обеспечением для производства рекламного контента для социальных сетей.

Формы текущего контроля по теме: представление выполненных практических заданий и результатов самостоятельной работы; участие в обсуждении.

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Специфика упаковки информации в социальных сетях на разных площадках и платформах.
2. Почему не рекомендуется дублировать информацию в аккаунтах одного субъекта в разных социальных сетях?
3. Видеосегмент в социальных медиа (YouTube, RuTube и др).
4. Особенности текстов для социальных сетей.
5. Фото- и аудиоконтент для социальных сетей

Тема 2.3. «Актуальные методы продвижения аккаунтов в социальных сетях»

Содержание учебного материала: Контент-менеджмент. Комьюнити-менеджмент. Алгоритмы социальных сетей и их динамика. Механизмы формирования мобильной аудитории. Таргетированная реклама.

Использование контента пользователей интернет-медиа в бренд-целях. Креативное использование лидеров мнений. Принципы работы чат-ботов. Определение KPI, интерпретация результатов

Практические занятия: Представление своего аккаунта в социальных сетях (личного, творческого или бизнес-аккаунта; индивидуального или командного, проектного, организационного) – при наличии. Обзор видов и примеров медиаконтента, авторов, описание аудитории, оценка применяемых инструментов продвижения (при наличии)

Самостоятельная работа: индивидуальная или командная работа над аккаунтом и его представлением.

Формы текущего контроля по теме: представление выполненных практических заданий и результатов самостоятельной работы; участие в обсуждении.

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Контент-менеджмент.
2. Комьюнити-менеджмент.
3. Алгоритмы социальных сетей и их динамика.
4. Механизмы формирования мобильной аудитории.
5. Таргетированная реклама.
6. Использование контента пользователей интернет-медиа в бренд-целях.
7. Креативное использование лидеров мнений.
8. Принципы работы чат-ботов.
9. Определение KPI, интерпретация результатов.

Модуль 3. «Веб-разработка коммуникационных продуктов»»

Тема 3.1. «Основы веб-технологий»

Содержание учебного материала: Актуальные средства веб-разработки. Языки разметки. Фреймворки. Стилизация и трансформация элементов через CSS. CSS процессоры. Основы JavaScript. Основы Python. Создание и продвижение мобильных решений.

Семинарское занятие: устные сообщения по теоретическому материалу темы.

Практические занятия: работа с языками программирования JavaScript и/или Python.

Самостоятельная работа: поиск и отбор информации по теоретическому материалу темы; самостоятельная работа с языками программирования JavaScript и/или Python.

Формы текущего контроля по теме: представление выполненных практических заданий и результатов самостоятельной работы; участие в обсуждении.

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Актуальные средства веб-разработки.
2. Языки разметки.
3. Фреймворки.
4. Стилизация и трансформация элементов через CSS. CSS процессоры.
5. Основы JavaScript.
6. Основы Python.
7. Создание и продвижение мобильных решений.

Тема 3.2. «Веб-разработка адаптивных пользовательских интерфейсов»

Содержание учебного материала: Пользовательский интерфейс. Виды. Основы организации. Принципы и приемы построения пользовательского интерфейса с учетом психологических особенностей. Методики организации сбора требований. Способы макетирования при проектировании пользовательского интерфейса. Стандарты проектирования пользовательского интерфейса для различных устройств. Основы разметки на языке HTML.

Практические занятия: веб-разработка решений построения пользовательского интерфейса.

Самостоятельная работа: работа с дополнительной литературой по теме; самостоятельная работа с практическим заданием.

Формы текущего контроля по теме: представление выполненных практических заданий и результатов самостоятельной работы; участие в обсуждении.

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Пользовательский интерфейс. Виды. Основы организации.
2. Принципы и приемы построения пользовательского интерфейса с учетом психологических особенностей.
3. Методики организации сбора требований.
4. Способы макетирования при проектировании пользовательского интерфейса.
5. Стандарты проектирования пользовательского интерфейса для различных устройств.
6. Основы разметки на языке HTML.

Тема 3.3. «Продюсирование онлайн-продуктов»

Содержание учебного материала: Разработка содержания онлайн-продукта. Выбор платформы для управления: LMS-системы GetCourse, iSpring, CORE, Эквио и др. Форматы представления онлайн-контента и методы его организации. Выбор каналов продвижения онлайн-продуктов: посадочные страницы, стратегии рассылок, таргетированная реклама, SMM. Организация и проведение промомероприятий и вебинаров. Инструменты и алгоритмы монетизации приложений и онлайн-продуктов.

Практические занятия: командная работа по продюсированию онлайн-продукта. Определение содержания и целевой аудитории, распределение ролей, поэтапная разработка задания по предложенному алгоритму.

Самостоятельная работа: работа в команде над этапами подготовки задания.

Формы текущего контроля по теме: представление выполненных практических заданий и результатов самостоятельной работы; участие в обсуждении.

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Разработка содержания онлайн-продукта.
2. Выбор платформы для управления: LMS-системы GetCourse, iSpring, CORE, Эквио и др.
3. Форматы представления онлайн-контента и методы его организации.

4. Выбор каналов продвижения онлайн-продуктов: посадочные страницы, стратегии рассылок, таргетированная реклама, SMM.
5. Организация и проведение промомероприятий и вебинаров.
6. Инструменты и алгоритмы монетизации приложений и онлайн-продуктов

10. Методические указания для обучающихся по освоению ПМ

Успешное освоение профессионального модуля предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах его освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции, семинарские и практические занятия, получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Выбор методов и средств обучения, образовательных технологий осуществляется преподавателем исходя из необходимости достижения обучающимися планируемых результатов освоения профессионального модуля, а также с учетом индивидуальных возможностей обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Организация учебного процесса предусматривает применение инновационных форм учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества (включая, при необходимости, проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Изучение профессионального модуля следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Содержание лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов, кроме того, они способствуют формированию у обучающихся навыков самостоятельной работы с научной литературой.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендуемым программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью практических и лабораторных занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе, степени и качества усвоения материала; применение теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса и оказания помощи в его освоении. Практические занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Конкретные пропорции разных видов работы в группе, а также способы их оценки определяются преподавателем, ведущим занятия.

Практические занятия предоставляют студенту возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения, сформировать определенные навыки и умения и т.п.

На семинарских занятиях под руководством преподавателя обучающиеся обсуждают дискуссионные вопросы, отвечают на вопросы тестов, закрепляя приобретенные знания, выполняют практические задания и т.п. Для успешного проведения семинарского занятия обучающемуся следует тщательно подготовиться. Основной формой подготовки обучающихся к семинарским занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной и научно-популярной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю.

Учебная и производственная практика является обязательной составляющей при изучении профессионального модуля. Содержание практики, рекомендации по прохождению практики, фонды оценочных средств определяются программой практики. Организация и проведение практики осуществляется на основе Положения об организации и проведении практик обучающихся, осваивающих образовательные программы среднего профессионального образования.

Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение задач и т.п.), которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемого модуля. По каждой теме преподаватель предлагает обучающимся перечень заданий для самостоятельной работы. Самостоятельная работа может осуществляться в различных формах (например: подготовка докладов; написание рефератов; другие).

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно либо группой и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Каждую неделю рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Результатом самостоятельной работы должно стать формирование у обучающегося определенных знаний, умений, практического опыта, компетенций.

Система оценки качества освоения профессионального модуля включает текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины (модуля), промежуточная аттестация обучающихся - оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по профессиональному модулю (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ)).

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущей аттестации в течение семестра.

Процедура оценивания результатов освоения профессионального модуля осуществляется на основе действующего Положения об организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ВятГУ.

Для приобретения требуемых компетенций, хороших знаний и высокой оценки по профессиональному модулю обучающимся необходимо выполнять все виды работ своевременно в течение семестра.

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы профессионального модуля требует наличия учебного кабинета.

Основное оборудование:

- рабочие места обучающихся;

- рабочее место преподавателя;
- демонстрационное оборудование;
- автоматизированные рабочие места обучающихся.

Программное обеспечение:

- Windows Professional;
- Office Professional Plus.

4.2. Информационное обеспечение обучения

4.2.1. Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы, интернет-ресурсов по МДК 03.01.

Основная литература

1. Гогохия, И. Продвижение в Telegram, WhatsApp, Skype и других мессенджерах [Текст] /И. Гогохия. – М.: Бомбора. – 2019. – 320 с.
2. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520553>

Дополнительная литература

1. Джагарян, Д.А. Интернет-маркетинг как перспективный метод продвижения продукции и услуг в интернете [Текст] / Д.А. Джагарян // Университетская наука – региону Материалы VI ежегодной научно-практической конференции преподавателей, студентов и молодых ученых. Под редакцией Л.И. Ушвицкого, А.В. Савцовой. – 2018. – С. 339-341.
2. Карпова С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО : Учебник и практикум / Карпова С. В. - М : Издательство Юрайт, 2019. - 431- (Профессиональное образование) . URL: <http://www.biblio-online.ru/book/674F5E17-6314-402A-BC22-A01DB6AA138B>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Портал дистанционного обучения ВятГУ [Электронный ресурс] /Режим доступа: - <https://e.vyatsu.ru>
2. Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [Электронный ресурс] /-Режим доступа: <https://www.vyatsu.ru/nash-universitet/obrazovatel'naya-deyatel-nost/kolledzh/42-02-01-reklama.html>
3. Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [Электронный ресурс] /-Режим доступа: <http://student.vyatsu.ru>

Перечень электронно-библиотечных систем (ресурсов) и баз данных для самостоятельной работы

Используемые сторонние электронные библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)
2. ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)
3. ЭБС «Университетская библиотека online» (www.biblioclub.ru)
4. ЭБС «ЮРАЙТ» (<http://biblio-online.ru>)
5. ЭБС «Академия» (<http://www.academia-moscow.ru/elibrary/>)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

- Windows Professional;
- Office Professional Plus

**5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ В ХОДЕ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Результаты обучения	Формы и методы контроля для оценки результатов обучения
МДК.03.01. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	
<p>Освоенные умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать авторские рекламные проекты или продукты для социальных сетей; - конструировать веб-страницы для продвижения товаров/услуг, пользуется инструментами SEO; - определять целевые аудитории, сегментировать базы, работать с большими объемами данных; - настраивать рекламные кампании в социальных сетях ВКонтакте, Телеграм; - создавать мессенджеры продаж (скрипты продаж); - считать аналитику эффективности таргетинговой рекламы в социальных сетях ВКонтакте, Телеграм; - осуществлять поэтапные действия по разработке и продаже онлайн-продукта <p>Усвоенные знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные инструменты, площадки и онлайн-сервисы интернет-маркетинга; - особенности интернет-аудитории, методы ее выявления и привлечения; - способы настройки рекламных кабинетов: Таргет в социальных сетях ВКонтакте, Телеграм, Одноклассники; - аналитика каналов продвижения в интернете и методы оценки эффективности рекламной кампании в интернете; - специфика рекламного контента разных форматов для социальных сетей; - актуальные методы продвижения объектов в социальных сетях - основные понятия и языки веб-технологий; - этапы работы по созданию адаптивных пользовательских интерфейсов; - алгоритмы продюсирования онлайн-продуктов. 	<p>Практические занятия, аудиторные проверочные работы, внеаудиторная самостоятельная работа, опрос, тестирование или контрольная работа</p> <p>Текущий контроль в форме: выполнения практических заданий и ситуационных задач; выполнения тестовых заданий; выполнение контрольных работ по темам МДК. Зачет по производственной практике. Экзамен по профессиональному модулю. Экзамен по междисциплинарному курсу</p> <p>Экзамен в форме: - устного опроса - выполнения заданий</p> <p>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы</p>
Производственная практика	
<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать авторские рекламные проекты или продукты для социальных сетей; - конструировать веб-страницы для продвижения товаров/услуг, пользуется инструментами SEO; - определять целевые аудитории, сегментировать базы, работать с большими объемами данных; - настраивать рекламные кампании в социальных сетях ВКонтакте, Телеграм; 	<p>Зачет в соответствии с заданием на практику и на основании результатов ее прохождения, подтверждаемых документами</p>

<p>- считать аналитику эффективности таргетинговой рекламы в социальных сетях ВКонтакте, Телеграм</p> <p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать и корректировать деятельность на основе эталона; - анализировать рекламную деятельность конкурентов в интернете, отстраиваться от них; - создавать лендинг в конструкторах; - настраивать рекламный кабинет в социальной сети ВКонтакте; - определять целевую аудиторию для продвижения в социальных сетях; - создавать тематическое планирование (контент-план); - наполнять контент-план разработанными рекламными, рекламно-информационными продуктами 	
Профессиональный модуль	
<p>ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.</p> <p>ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.</p> <p>ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.</p>	<p>Экзамен по модулю в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выполнения комплексного практического задания