

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

Специальность: 42.02.01 Реклама

Рабочая программа профессионального модуля **ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий** разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования **42.02.01 Реклама**, утвержденного Приказом Минпросвещения России от 27 октября 2023 г. №798.

Организация-разработчик:

Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Бирский кооперативный техникум»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	12

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности «продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
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 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 3	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами 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.	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> – выявления основных и второстепенных конкурентов; – проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды; – проведения качественных аналитических исследований рынка; – выявления основных и второстепенных конкурентов; – планирования системы маркетинговых коммуникаций; – разработки стратегии маркетинговых коммуникаций; – выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; – структуры и базовых принципов рекламного сообщения.
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> – производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; – производить качественные аналитические исследования рынка; – уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи;

	<ul style="list-style-type: none"> – преобразовывать требования заказчика в бриф; – определять ключевые цели рекламной кампании; – разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; – использовать поисковые системы интернета.
Знать	<ul style="list-style-type: none"> – способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентно среды; – методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития; – методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; – важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; – методики рекламного планирования; – важность учета пожеланий заказчика при разработке, при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; – типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов 424 часов

в том числе в форме практической подготовки 150 часов

Из них на освоение МДК 232 часов

в том числе самостоятельная работа - 8

практики, в том числе учебная 72 час²

производственная 108 часов

Промежуточная аттестация -.18

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической.	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Всего	Обучение по МДК				Практики	
					В том числе				Учебная	Производственная
					Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация		
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>
ПК.3.1, ОК.01, ОК.02, ОК.03	Раздел 1. МДК.03.01 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	98		94	60	X	4	6	X	X
ПК.3.2, ПК.3.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03	Раздел 2. МДК.03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	140		136	90	X	4	6	72	X
ПК.3.1, ПК.3.2, ПК.3.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03	Производственная практика, часов <i>(если предусмотрена итоговая (концентрированная практика))</i>	108								108
	Промежуточная аттестация	6						6		
	Всего:	424		230	140	X	8	18	72	108

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

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
1	2	3
Раздел 1. МДК.03.01. Стратегии продвижения бренда в сети Интернет.		98/60
Тема 1.1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете	Содержание	14
	1. Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории	2
	2. Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз	2
	3. Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в интернете	2
	4. Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда	2
	5. Размещение контекстно-медийных объявлений в сети интернет	2
	6. Проведение аналитической справки конкурентов для реализации стратегии продвижения	2
	7. Разработка инструментов коммуникации в социальных сетях	2
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	30
	Практическое занятие 1: Создание и размещение рекламных объявлений в социальных сетях.	4
	Практическое занятие 2. Разработка концепции стратегии для поисковых систем.	4
	Практическое занятие 3. Разработка стратегии проведения для рекламной кампании.	4
	Практическое занятие 4. Настройка таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество. Кнопка Вступить.	4
Практическое занятие 5. Сделать сегмент ЦА (отдельно для мужчин, отдельно для женщин) Подключить на сайт Яндекс.Метрику.	4	
Практическое занятие 6. Разработать концепцию продвижения личного бренда.	2	
Практическое занятие 7. Расчет стоимости перехода клиента. Формирование KPI.	4	
Практическое занятие 8. Составить бриф на разработку РК для таргетированной рекламы.	4	
Тема 1.2. Проведение подготовительных	Содержание	14
	1. Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в интернете.	2

работ для контекстно-медийного продвижения в интернете	2. Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов по контекстно-медийной стратегии продвижения в интернете.	2
	3. SEO. РСЯ. Email-маркетинг.	2
	4. Проведение работ по реализации стратегии продвижения в интернете.	2
	5. Классификация рекламы. SMM. Каналы распространения email-рассылки.	2
	6. Согласование показателей эффективности и бюджета продвижения с заказчиком.	2
	7. Системы управления интернет-рекламой.	2
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	30
	Практическое занятие 9: Создать контент стратегию для личного бренда.	4
	Практическое занятие 10. Провести исследование системы веб-аналитики. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».	4
	Практическое занятие 11. Выявить более качественный инструмент в развитии сайта и онлайн-продвижения.	4
	Практическое занятие 12. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».	4
	Практическое занятие 13. Создать тематическое сообщество. Наполнить контентом.	4
	Практическое занятие 14. Определить влияние таргетированной рекламы на целевую аудиторию	2
	Практическое занятие 15. Проанализировать, где лучше всего применяется email-маркетинг.	4
Практическое занятие 16. Собрать базу подписчиков при помощи email-маркетинга	4	
Самостоятельная работа		4
Экзамен по модулю		6
Раздел 2. МДК.03.02. Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.		140/90
Тема 2.1. Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа	Содержание	15
	1. Web Analytics - аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде.	3
	2. Принципы и практики реализации контекстной рекламы	2
	3. Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	2
	4. Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта	2
	5. Преимущества и недостатки отдельных форматов медийной рекламы; цели использования рекламодателями	2
	6. Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга	2
	7. Алгоритмы и результаты поискового продвижения.	2

	В том числе практических и лабораторных занятий	40
	1. Использование методов проведения анализа эффективности маркетинговой активности в сети «Интернет»	4
	2. Создание email-рассылок: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические и ссылочные.	4
	3. Внедрение основными инструментами для оценки эффективности рекламной кампании	4
	4. Разработка контентной составляющей для личного бренда	4
	5. Оценка эффективности продвижения рекламного агентства	4
	6. Стоимость одного подписчика. Конверсия сайта через таргет.	4
	7. Выбор цели для настройки. 12 категорий Вконтакте. Создание тестового режима a/b тестирования. Создание креативов для рекламы.	4
	8. Проанализировать внешнюю и внутреннюю оптимизации.	4
	9. Оптимизация meta-информации страницы	4
	10. Составить продающую цепочку для чат-бота	4
Тема 2.2. Управление реализацией стратегии интернет-продвижения	Содержание	15
	1. Технологии привлечения посетителей на сайт	3
	2. Области и стратегии применения цифрового маркетинга	2
	3. Этапы осуществления компаний.	2
	4. Формулирование целей цифрового маркетинга для компаний.	2
	5. E-mail- и вирусный маркетинг.	2
	6. Инструменты и методы цифрового маркетинга.	2
	7. Поведенческий таргетинг, матрица потребности	2
	В том числе практических и лабораторных занятий	50
	1. Разработка уникального торгового предложения	4
	2. Продвижение нового товара с применением современных маркетинговых инструментов	6
	3. Визуальное оформление контента для личного бренда	6
	4. Разработать концепцию и план проведения рекламной и/или PR компании	4
	5. Swot анализ и Pest анализ компании	6
6. Позиционирование бренда. Платформа	4	
7. Алгоритмы поисковых систем и соц. сетей	6	
8. Воронка продаж. Скрипт коммерческого предложения	4	
9. Проведение рекламных кампаний в социальных медиа	4	
10. Анализ трафика на веб-сайт	6	
Самостоятельная работа		4
Экзамен по модулю		6

<p>Учебная практика</p> <p>Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ознакомление с конструктором сайтов 2. Разработка графических элементов 3. Создание концепции графического оформления 4. Разработка структуры и схемы сайта 5. Сборка сайта. Подготовка. Защита проекта 	72
<p>Производственная практика <i>раздела №</i> (если предусмотрено рассредоточенное прохождение практики)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Виды работ 2. Создание клиентской базы для рекламного предприятия 3. Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии. 4. Изготовить рекламный и/или PR материал. 5. Подготовить презентационный отчет о ходе практики. 6. Изготовленная рекламная продукция. Защита проекта. 	108
Всего	424

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Кабинет «Маркетинговых исследований, оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

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

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

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

3.2.1. Основные печатные издания

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2022. – 352 с.

2. Алексеева, Н. В. Методы повышения эффективности продаж на основе аналитических компонентов интернет-маркетинга / Н. В. Алексеева, Н. В. Казакова, М. В. Сазонова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. – 2013. – № 1. – С. 8-15.

3. Богданова, С. В. Особенности интернет-маркетинга в России / С. В. Богданова // Социально-экономическое развитие региона: состояние, проблемы, перспективы : сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции, Ставрополь, 31 января 2023 года. – Ставрополь: Издательство «АГРУС», 2023. – С. 65-69.

4. Борисов, А. А. Методические подходы в интернет-маркетинге. Основные метрики и показатели эффективности рекламной кампании / А. А. Борисов // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2023. – № 2-1. – С. 49-52.

5. Винарский, Я. С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение : практическое пособие / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. – Москва : ИНФРА-М, 2022. – 269 с.

6. Волохов, А. А. Каналы коммуникации с потребителями в интернете / А. А. Волохов // Путеводитель предпринимателя. – 2023. – № 42. – С. 67-72.

7. Гончаров, В. Н. Использование интернет-технологий в маркетинге / В. Н. Гончаров, Е. В. Курпиченко // Менеджер. – 2022. – № 3(93). – С. 181-187.

8. Горнштейн, М. Ю. Современный маркетинг / М. Ю. Горнштейн. – 2-е изд.. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2023. – 404 с.

9. Горохов, М. М. Интернет-маркетинг: стратегия и виды / М. М. Горохов, Д. Е. Докучаев, А. Д. Трефилова // Социально-экономическое управление: теория и практика. – 2023. – № 1(36). – С. 21-24.

10. Гринько, О. И. Место и роль контент-маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций / О. И. Гринько // Современная экономическая наука: теоретический и практический потенциал. Инновационное развитие современного экономического образования : материалы Международной научно-практической конференции, Ярославль,

3.2.2. Дополнительные источники

Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/15>
4. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>
5. Сайт о рекламном рынке adindex.ru;
6. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru ;
7. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru
8. Рекламный сайт "Advertising.ru": <http://www.advertising.ru>
9. Сайт "Advertology.ru": www.advertology.ru/
10. Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.cprrd.ru/>.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> - выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа. 	Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта Зачет Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для 	Устные выступления с презентацией Защита проектов Зачет Экспертное наблюдение выполнения практических работ.

	<p>постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;</p> <ul style="list-style-type: none"> - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития 	<p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 03	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - осознанное планирование повышения квалификации. 	<p>Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 3.1	<ul style="list-style-type: none"> - определять и классифицировать рекламу; - применять полученные знания в практической реализации поставленных задач с учетом стандартов компетенции «Реклама»; 	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего</p>

		контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> - выстраивать каналы рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - работать с нормативными документами в области рекламы; - выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности с учетом стандартов компетенции «Реклама» 	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> - участников рекламной деятельности и их функции; - классификацию рекламы; - процесс рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - виды и формы рекламы, рекламные кампании с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - понятие и основы брендинга; - методы оценки эффективности рекламы. 	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> экзамена, квалификационного экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>