

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Российский новый университет»
Колледж

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

профессионального модуля

**ПМ.03 ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИ-
ЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУ-
НИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

для специальности среднего профессионального образования

42.02.01 Реклама
(базовая подготовка)

Москва 2024

Одобрена предметной (цикловой)
комиссией по специальности:
Реклама

Разработана на основе Федерального
государственного образовательного
стандарта по специальности средне-
го профессионального образования
42.02.01 Реклама

Протокол №6
от «12» января 2024 г.

Председатель предметной (цикловой)
комиссии



/ Баруздин А. А.

Заместитель директора по
учебно-методической работе



/ Козловская О. В.

Составитель (автор): Баруздин А. А., преподаватель АНО ВО «Российский
новый университет» колледж

**ПАСПОРТ
ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
профессионального модуля**

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

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	ПК, ОК	Наименование раз- дела и/или темы	Уровень освоения темы	Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	2	3	4	5	6
МДК 03.01 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет					
<p>иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 	ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3	<p>Раздел 1. Стратегии продвижения бренда в сети Интернет.</p> <p>Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в Интернете.</p> <p>Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в Интернете.</p>	1-3	<ul style="list-style-type: none"> - диагностическая работа; - рубежный контроль; - выполнение качественных задач, требующих интеграции знаний из других предметов естественнонаучного цикла; - устный и письменный опрос; <p>Практические работы №№1-15.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - обязательная контрольная работа №1; - обязательная контрольная работа №2; - квалификационный экзамен;

<p>для поискового продвижения;</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать поисковые системы интернета; - использовать технологии поисково-контекстной рекламы; - использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эф- 					
--	--	--	--	--	--

<p> фективности 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 приёмы 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 учётом пожеланий и профиля заказчика; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения </p>					
---	--	--	--	--	--

<p>пользователей в интернет-сообщество;</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать современные приёмы и технологии проведения и управления презентациями; - использовать приёмы управления аудиторией и её вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему; - отраслевую терминологию; - важность учёта пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учёта пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет. 								
--	--	--	--	--	--	--	--	--

МДК 03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях

<p>иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет; - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование 	<p>ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3</p>	<p>Раздел 2. Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.</p> <p>Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа.</p> <p>Управление реализацией стратегии Интернет-продвижения.</p>	<p>1-3</p>	<ul style="list-style-type: none"> - диагностическая работа; - рубежный контроль; - выполнение качественных задач, требующих интеграции знаний из других предметов естественнонаучного цикла; - устный и письменный опрос; <p>Практические работы №№1-15.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - обязательная контрольная работа №1; - обязательная контрольная работа №2; - квалификационный экзамен.
---	-------------------------------------	---	------------	---	---

<p>сайта;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 					
--	--	--	--	--	--

<p>медиа;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 приёмы 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 учётом пожеланий и профиля заказчика; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; - использовать современные приёмы и технологии проведения и управления презентациями; - использовать приёмы управления аудиторией и её вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способов разработки ре- 							
--	--	--	--	--	--	--	--

<p>кламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему; - отраслевую терминологию; - важность учёта пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учёта пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет. 					
--	--	--	--	--	--

Формы промежуточной аттестации по профессиональному модулю

На базе 9-ти классов

Элементы ПМ	Формы промежуточной аттестации	
	5 семестр	6 семестр
МДК.03.01	Обязательная контрольная работа	Обязательная контрольная работа
МДК.03.02	Обязательная контрольная работа	Обязательная контрольная работа
УП.03	-	Дифференцированный зачёт
ПП.03	-	Дифференцированный зачёт
ПМ.03	Экзамен (квалификационный)	

На базе 11-ти классов

Элементы ПМ	Формы промежуточной аттестации	
	3 семестр	4 семестр
МДК.03.01	Обязательная контрольная работа	Обязательная контрольная работа
МДК.03.02	Обязательная контрольная работа	Обязательная контрольная работа
УП.03	-	Дифференцированный зачёт
ПП.03	-	Дифференцированный зачёт
ПМ.03	Экзамен (квалификационный)	

Примерный состав КОС для текущего контроля знаний, умений обучающихся по учебной дисциплине/темам, разделам, МДК профессионального модуля

№п/п	Наименование КОС	Материалы для представления в ФОС
1	Вопросы для устного опроса по теме, разделу	Перечень вопросов по теме, разделу
2	Лабораторная работа решение ситуационных задач	Образцы заданий
3	Практическое занятие – разработка проектов дизайна рекламной продукции	Образцы заданий
4	Портфолио работ	Выполненные работы по изучаемым темам

Критерии оценочных средств практических работ

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	балл (отметка)	вербальный аналог
- ставится обучающимся, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины, их значения для приобретаемой специальности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и демонстрации правильного выполнения задания;	5	отлично

- ставится обучающимся, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины, их значения для приобретаемой специальности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и демонстрации правильного выполнения задания с небольшими неточностями и коррекцией действий преподавателем;	4	хорошо
- ставится обучающимся, обладающим необходимыми знаниями, но допустившими неточности в определении понятий, в применении знаний для решения практических заданий, не умеет обосновать свои суждения;	3	удовлетворительно
- ставится обучающимся, имеющим разрозненные и бессистемные знания, не может применять знания для решения практических задач или отказ отвечать.	2	неудовлетворительно

МДК 03.01 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет

Тема 1.1 Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в Интернете

1. Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории.
2. Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз.
3. Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в Интернете.
4. Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда.
5. Размещение контекстно-медийных объявлений в сети Интернет.
6. Проведение аналитической справки конкурентов для реализации стратегии продвижения.
7. Разработка инструментов коммуникации в социальных сетях.

Практическая работа №1. Создание и размещение рекламных объявлений в социальных сетях.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить специфику создания и размещения рекламных объявлений в социальных сетях.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

По заданным параметрам создать 3 различных рекламных объявления (тематика определяется преподавателем) и разместить в социальных сетях ВКонтакте и Телеграм.

Практическая работа №2. Разработка концепции стратегии для поисковых систем.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить основы разработки концепции стратегии для поисковых систем.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

На основании теоретического материала Темы 1.1. разработать 5 различных концепций стратегий, представленных ниже:

стратегия «Быстрый трафик»;

стратегия «Закрепление позиций»;

стратегия «Лидер»;

стратегия «eCommerce»;

стратегия «Брендинг».

Практическая работа №3. Разработка стратегии проведения рекламной кампании в социальных сетях.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить основы разработки стратегии проведения для рекламной кампании в социальных сетях.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

На основании теоретического материала Темы 1.1. разработать стратегию проведения для рекламной кампании в социальных сетях (условия определяются преподавателем).

Практическая работа №4. Настройка таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество. Кнопка Вступить.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить особенности настройки таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

На основании теоретического материала Темы 1.1. и пошаговыми инструкциями настроить таргетинг в ВКонтакте и в Яндекс Директ.

Практическая работа №5. Сделать сегмент ЦА (отдельно для мужчин, отдельно для женщин). Подключить к сайту Яндекс.Метрику.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить особенности сегментирования ЦА и подключения Яндекс.Метрики.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Произвести сегментирования целевой аудитории по заданным параметрам. Подключить к сайту Яндекс.Метрику.

Практическая работа №6. Разработать концепцию продвижения личного бренда.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить основы разработки концепции продвижения личного бренда.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

На основании теоретического материала Темы 1.1. разработать концепцию продвижения личного бренда с помощью SEO, таргетинга и социальных сетей.

Практическая работа №7. Расчёт стоимости перехода клиента. Формирование KPI.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: научиться рассчитывать стоимость перехода клиента, ознакомиться с особенностями формирования KPI.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Рассчитать стоимость перехода клиента в РСЯ. Ознакомиться со спецификой формирования KPI.

Тема 1.2 Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в Интернете

1. Составление отчётов по реализации стратегии поискового продвижения в интернете. Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов по контекстно-медийной стратегии продвижения в интернете.

2. SEO. РСЯ. Email-маркетинг. Проведение работ по реализации стратегии продвижения в интернете.

3. Классификация рекламы. SMM. Каналы распространения email-рассылки.
4. Согласование показателей эффективности и бюджета продвижения с заказчиком.

Практическая работа №8. Создать контент стратегию для личного бренда.
Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: научиться создавать контент-стратегию для личного бренда.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

На основании теоретического материала Темы 1.2. создавать контент-стратегию для личного бренда.

Практическая работа №9. Провести исследование системы веб-аналитики.
Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить специфику системы веб-аналитики.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Ознакомиться со спецификой систем веб-аналитики.

Практическая работа №10. Выявить более качественный инструмент в развитии сайта и онлайн-продвижения.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить специфику развития сайта и онлайн-продвижения.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

На основании теоретического материала Темы 1.2. провести качественный анализ инструментов развития сайта и онлайн-продвижения.

Практическая работа №11. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить особенности аналитики в контекстной рекламе «Яндекс».

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».

Практическая работа №12. Создать тематическое сообщество. Наполнить контентом.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить основы создания тематического сообщества.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

На основании теоретического материала Темы 1.2. создать тематическое сообщество и наполнить его контентом.

Практическая работа №13. Определить влияние таргетированной рекламы на целевую аудиторию.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: **изучить...**

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Изучить методику анализа таргетированной рекламы.

Практическая работа №14. Проведение анализа эффективности применения email-маркетинга.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: ознакомиться со спецификой email-маркетинга.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Познакомиться со спецификой email-маркетинга, провести сравнительный анализ его эффективности для реализации различных категорий товаров/услуг.

Практическая работа №15. Собрать базу подписчиков для email-маркетинга.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить способы увеличения базы подписчиков при помощи email-маркетинга.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Изучить способы увеличения базы подписчиков для email-маркетинга. Выбрать наиболее релевантные.

Задание для обязательной контрольной работы №1

Вариант I

- 1) Описать специфику поиска ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории.
- 2) Описать специфику проведения работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз.
- 3) Описать специфику оптимизации SEO для повышения популярности сайта в Интернете.

Вариант II

- 1) Назвать основы составления контекстно-медийного плана продвижения личного бренда.
- 2) Назвать основы размещения контекстно-медийных объявлений в сети Интернет.
- 3) Описать специфику проведения аналитической справки конкурентов для реализации стратегии продвижения.

Вариант III

- 1) Описать особенности разработки инструментов коммуникации в социальных сетях.

2) Назвать основы создания и размещения рекламных объявлений в социальных сетях.

3) Назвать основы разработки концепции стратегии для поисковых систем.

Вариант IV

1) Назвать основы разработки стратегии проведения рекламной кампании в социальных сетях.

2) Описать специфику настройки таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество.

3) Перечислить методы расчёта стоимости перехода клиента. Назвать основы формирования KPI.

Задание для обязательной контрольной работы №2

Вариант I

1) Описать специфику SEO.

2) Описать специфику создания контент-стратегии для личного бренда.

3) Описать специфику согласования показателей эффективности и бюджета продвижения с заказчиком.

Вариант II

1) Назвать основы составления отчётов по реализации стратегии поискового продвижения в интернете.

2) Назвать основы проведения исследования системы веб-аналитики.

3) Описать специфику SMM.

Вариант III

1) Описать РСЯ.

2) Назвать основы составления заданий на разработку текстовых и графических материалов по контекстно-медийной стратегии продвижения в интернете.

3) Перечислить каналы распространения email-рассылки.

Вариант IV

1) Назвать основы проведения работ по реализации стратегии продвижения в интернете.

2) Описать специфику Email-маркетинга.

3) Перечислить методы получения базы подписчиков для email-маркетинга.

Критерии оценки знаний:

Каждое из трёх заданий считается выполненным верно при условии правильного ответа на все поставленные вопросы.

«5» («отлично») – три задания выполнены верно;

«4» («хорошо») – два задания выполнены верно;

«3» («удовлетворительно») – одно задание выполнено верно;

«2» («неудовлетворительно») – ни одно задание не выполнено верно.

МДК 03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях

Тема 2.1 Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа

1. Web Analytics – аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде. Принципы и практики реализации контекстной рекламы.

2. Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа сети Интернет. Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта.

3. Преимущества и недостатки отдельных форматов медийной рекламы; цели использования рекламодателями. Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга.

4. Алгоритмы и результаты поискового продвижения.

Практическая работа №1. Использование методов проведения анализа эффективности маркетинговой активности в сети Интернет.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в сети Интернет.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Изучить методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в сети Интернет на примерах современной рекламы.

Практическая работа №2. Создание email-рассылок: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические и ссылочные.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: научиться создавать email-рассылки.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Создать email-рассылки 5-ти видов: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические и ссылочные.

Практическая работа №3. Критерии оценки выбора основных инструментов рекламы в Интернете при их внедрении.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить специфику внедрения основных инструментов рекламы в Интернете.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Предложить (разработать) критерии оценки выбора основных инструментов рекламы в Интернете при их внедрении при проведении рекламной кампании (объект рекламирования на выбор обучающихся).

Практическая работа №4. Разработка контентной составляющей для личного бренда.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: научиться разрабатывать контентную составляющую для личного бренда.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

На основании результатов анализа видов контента, необходимых для развития личного бренда, разработать концепцию контентной составляющей для развития личного бренда.

Практическая работа №5. Стоимость одного подписчика. Конверсия сайта через таргет.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: научиться рассчитывать стоимость одного подписчика и производить конверсию сайта через таргет.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Ознакомиться с особенностями расчёта стоимости одного подписчика и конверсии сайта через таргет и научиться применять на практике эти знания на практике.

Практическая работа №6. Выбор цели для настройки. Создание тестового режима а/в тестирования. Создание креативов для рекламы.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить возможности а/в тестирования и инструментов для создания креативов для рекламы.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Провести a/b тестирование. Познакомится с инструментами для создания рекламных креативов.

Практическая работа №7. Проанализировать внешнюю и внутреннюю оптимизации.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить специфику внешней и внутренней оптимизации.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Ознакомиться с особенностями внешней и внутренней оптимизации, провести их сравнительный анализ.

Практическая работа №8. Оптимизация meta-информации страницы.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить свойства оптимизация meta-информации страницы.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Ознакомиться с возможностями оптимизация meta-информации страницы.

Практическая работа №9. Составить продающую цепочку для чат-бота.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: научиться составлять продающую цепочку для чат-бота.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Составить продающую цепочку для чат-бота.

Тема 2.2 Управление реализацией стратегии Интернет-продвижения

1. Технологии привлечения посетителей на сайт. Области и стратегии применения цифрового маркетинга.

2. Этапы осуществления кампаний. Формулирование целей цифрового маркетинга для компаний.

3. Email- и вирусный маркетинг. Инструменты и методы цифрового маркетинга.

4. Поведенческий таргетинг, матрица потребности.

Практическая работа №10. Визуальное оформление контента для личного бренда.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить правила визуального оформления контента для личного бренда.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Изучить правила визуального оформления контента для личного бренда.

Практическая работа №11. Разработать концепцию и план проведения рекламной и/или PR компании.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить особенности разработки концепции и плана проведения рекламной и/или PR компании.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Разработать концепцию и план проведения рекламной и/или PR компании (тематика определяется преподавателем).

Практическая работа №12. Позиционирование бренда. Бренд-платформа.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: познакомиться с понятием позиционирования бренда.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Изучить основы позиционирования бренда и составляющих бренд-платформы.

Практическая работа №13. Алгоритмы поисковых систем и социальных сетей.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить специфику применения алгоритмов поисковых систем и социальных сетей.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Изучить специфику применения алгоритмов поисковых систем и социальных сетей на примере социальной сети ВКонтакте.

Практическая работа №14. Проведение рекламных кампаний в социальных медиа.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить основы проведения рекламных кампаний в социальных медиа.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Разработать концепцию проведения рекламной кампании в социальных медиа.

Практическая работа №15. Анализ трафика веб-сайта.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить специфику анализа трафика веб-сайта.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Ознакомиться с основными инструментами анализа трафика веб-сайта.

Задание для обязательной контрольной работы №1

Вариант I

- 1) Описать специфику Web Analytics.
- 2) Перечислить критерии оценки выбора основных инструментов рекламы в Интернете при их внедрении.
- 3) Описать специфику разработки контентной составляющей для личного бренда.

Вариант II

- 1) Назвать основные принципы и практики реализации контекстной рекламы.
- 2) Охарактеризовать социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга.
- 3) Описать различия email-рассылок – поведенческих, коммерческих, тестовых, технических, ссылочных.

Вариант III

- 1) Описать подготовительную работу для продвижения в социальных медиа в сети Интернет.
- 2) Назвать основы создания email-рассылок.
- 3) Описать специфику тестового режима a/b тестирования.

Вариант IV

- 1) Назвать основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта.
- 2) Охарактеризовать алгоритмы и результаты поискового продвижения.
- 3) Перечислить преимущества и недостатки отдельных форматов медийной рекламы.

Задание для обязательной контрольной работы №2

Вариант I

- 1) Перечислить и охарактеризовать технологии привлечения посетителей на сайт.
- 2) Описать специфику поведенческого таргетинга.
- 3) Описать специфику визуального оформления контента для личного бренда.

Вариант II

- 1) Назвать основы оптимизации meta-информации страницы.
- 2) Описать специфику формулирования целей цифрового маркетинга для компаний.
- 3) Описать специфику понятия бренд-платформы.

Вариант III

- 1) Перечислить инструменты и методы цифрового маркетинга.
- 2) Назвать области и стратегии применения цифрового маркетинга.
- 3) Описать специфику проведения рекламных кампаний в социальных медиа.

Вариант IV

- 1) Назвать основы Email- и вирусного маркетинга.
- 2) Описать этапы составления продающей цепочки для чат-бота.
- 3) Перечислить алгоритмы поисковых систем и социальных сетей.

Критерии оценки знаний:

Каждое из трёх заданий считается выполненным верно при условии правильного ответа на все поставленные вопросы.

«5» («отлично») – три задания выполнены верно;

«4» («хорошо») – два задания выполнены верно;

«3» («удовлетворительно») – одно задание выполнено верно;

«2» («неудовлетворительно») – ни одно задание не выполнено верно.

Вопросы к квалификационному экзамену по ПМ.03

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

- 1) Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории.
- 2) Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз.
- 3) Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в Интернете.
- 4) Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда.

- 5) Размещение контекстно-медийных объявлений в сети Интернет.
- 6) Проведение аналитической справки конкурентов для реализации стратегии продвижения.
- 7) Разработка инструментов коммуникации в социальных сетях.
- 8) Составление отчётов по реализации стратегии поискового продвижения в интернете.
- 9) Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов по контекстно-медийной стратегии продвижения в интернете.
- 10) SEO. Основные понятия. Место в рекламной деятельности.
- 11) Рекламная сеть Яндекса (РСЯ).
- 12) Email-маркетинг.
- 13) Проведение работ по реализации стратегии продвижения в интернете
- 14) Классификация рекламы.
- 15) SMM. Основные понятия. Место в рекламной деятельности.
- 16) Каналы распространения email-рассылки.
- 17) Согласование показателей эффективности и бюджета продвижения с заказчиком.
- 18) Настройка таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество.
- 19) Разработка концепции стратегии для поисковых систем.
- 20) Расчёт стоимости перехода клиента. Формирование KPI.
- 21) Web Analytics – аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде.
- 22) Принципы и практики реализации контекстной рекламы.
- 23) Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа сети Интернет.
- 24) Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта.
- 25) Преимущества и недостатки отдельных форматов медийной рекламы; цели использования рекламоделателями.
- 26) Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга.
- 27) Алгоритмы и результаты поискового продвижения.
- 28) Технологии привлечения посетителей на сайт.
- 29) Области и стратегии применения цифрового маркетинга.
- 30) Этапы осуществления кампаний.
- 31) Формулирование целей цифрового маркетинга для компаний.
- 32) E-mail- и вирусный маркетинг.
- 33) Инструменты и методы цифрового маркетинга.
- 34) Поведенческий таргетинг, матрица потребности.
- 35) Визуальное оформление контента для личного бренда.
- 36) Позиционирование бренда. Бренд-платформа.
- 37) Проведение рекламных кампаний в социальных медиа.
- 38) Анализ трафика на веб-сайт.

- 39) Стоимость одного подписчика. Конверсия сайта через таргет.
- 40) Создание email-рассылок.