

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Южно-Уральский государственный колледж»

УТВЕРЖДАЮ:
Зам. директора по учебной работе
_____ Т.С. Занова
«08» июня 2023г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.06 РЕКЛАМА И ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ**

42.02.01 Реклама

Челябинск

2023г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе примерной программы по специальности СПО 42.02.01 Реклама укрупнённой группы специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело, размещенной на портале Федеральных учебно-методических объединений в среднем профессиональном образовании (резервная копия федерального реестра программ СПО <https://reestrspo.firpo.ru/listview/LegalAct>)

Организация-разработчик рабочей программы: Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Южно-Уральский государственный колледж».

Разработчики:

Катаева Екатерина Ивановна, преподаватель ПЦК «Управленческих дисциплин»

Рассмотрена и одобрена на заседании ПЦК «Управленческих дисциплин» № 11 от «07» июня 2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

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

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.ХХ ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля **ПМ.06 Реклама и цифровой маркетинг** обучающийся должен освоить вид профессиональной деятельности Владение технологией цифрового маркетинга товаров и услуг и соответствующие ему профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 6	Владение технологией цифрового маркетинга товаров и услуг
ПК 6.1.	Разрабатывать техническое задание на создание продукта в сфере Креативных индустрий
ПК 6.2.	Создавать графический дизайн – макетов продукта
ПК 6.3	Взаимодействовать с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта
ПК 6.4.	Реализовывать технологии продвижения рекламного продукта
ПК 6.5.	Принимать решение в соответствии с требованиями рекламодателей и документами, регламентирующими рекламную деятельность
ПК 6.6.	Планировать профессиональную деятельность в сфере Креативных индустрий

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля студент должен:

Владеть навыками	Самостоятельного планирования, реализации и анализа продвижения рекламной кампании в сети интернет Выполнения реальных заказов Разработки и проведения рекламной деятельности
Уметь	Выявлять потребности клиента через брифинг Создавать тематическое планирование

	<p>Анализировать целевую аудиторию и рынок</p> <p>Формировать уникальное торговое предложение для целевой аудитории</p> <p>Создавать привлекательный рекламный образ (креатив) для целевой аудитории</p> <p>Создавать рекламные тексты, владеть навыком копирайтинга</p> <p>Строить воронку конверсии и проводить исследования продуктов</p> <p>Выбирать эффективные каналы продвижения</p> <p>Анализировать эффективность рекламной кампании</p> <p>Создавать синопсис/ мудборд на основе референсов для рекламной кампании</p> <p>Организовывать промоушн бренда (имиджевые акции, кросс-акции, промо-акции и т.д.)</p> <p>Рационально использовать рекламный бюджет</p> <p>Взаимодействовать с заказчиком на всех этапах рекламной кампании</p> <p>Осуществлять поиск рекламных идей</p> <p>Определять целевую аудиторию, сегментировать базы, работать с большими объемами данных</p> <p>Разрабатывать интернет-стратегию позиционирования бренда в рекламной кампании</p> <p>Разрабатывать авторские рекламные проекты для социальных сетей;</p> <p>Проводить аудит сайта</p> <p>Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений</p> <p>Создавать лендинг в конструкторах; конструировать продуктовые страницы для продвижения товаров/услуг</p> <p>Интегрировать лендинг и базу CRM для сбора контактов</p> <p>Создавать рекламный дизайн в онлайн-конструкторах и дизайнерских программах</p> <p>Настраивать рекламные кампании в социальных сетях ВК (Органика/Таргет);</p> <p>Анализировать конкурентов и отстраиваться от них</p> <p>Создавать коммуникационные стратегии в социальных сетях ВКонтакте \ Одноклассники, сообществах (блогеры, инфлюенсы, партнеры, СМИ и т.д.)</p> <p>Работать с репутацией бренда в социальных сетях ВКонтакте\Одноклассники</p> <p>Создавать макеты для разных каналов продвижения в интернете</p> <p>Продвигать с помощью SEO продуктовые страницы</p> <p>Создавать мессенджеры продаж (скрипты продаж)</p> <p>Считать аналитику эффективности таргетинговой рекламы в социальных сетях ВКонтакте и Одноклассниках. - умеет собирать аналитику, формулировать гипотезы, запускать А/Б тесты</p> <p>Осуществлять самоконтроль изготовления продукции в части соответствия ее рекламной цели</p>
Знать	<p>Методы оценки эффективности рекламной кампании в интернете</p> <p>Способы настройки рекламных кабинетов: Таргет в социальных сетях ВКонтакте, Одноклассники</p> <p>Способы инструменты аналитики каналов продвижения в интернете</p> <p>Основные понятия и принципы рекламной деятельности, маркетинга</p> <p>Значение рекламы в маркетинговых коммуникациях</p> <p>Виды рекламы и инструменты создания рекламы</p> <p>Правила проведения исследования рынка и целевой аудитории</p> <p>Методы оценки эффективности рекламной кампании</p> <p>Психологические особенности воздействия рекламных средств на людей</p> <p>Методы анализа конкурентов, способы сбора и обработки данных</p> <p>Аналитику каналов продвижения</p> <p>Признаки уязвимых мест в рекламных кампаниях, формирование новых гипотез</p> <p>Юридические аспекты рекламной индустрии</p>

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов – 783 часа,

в том числе в форме практической подготовки – 606 часов.

Из них на освоение:

МДК 06.01 Введение в креативные индустрии – 162 часа,

МДК 06.02 Реклама – 162 часа,

МДК 06.03 Цифровой маркетинг: СММ – продвижение – 102 часа,

МДК 06.04 Основы предпринимательства в сфере креативных индустрий – 105 часов,

В том числе самостоятельная работа – 177

практики, в том числе учебная – 72 часа

производственная – 180 часов

Промежуточная аттестация по профессиональному модулю в форме демонстрационного экзамена, квалификационного экзамена.

Учебная и производственная практики проводятся рассредоточено.

Учебная практика проводится

на 3 курсе в 5 семестре по завершению

МДК 06.02 Реклама в объеме 36 час.

МДК 06.03 Цифровой маркетинг: СММ – продвижение в объеме 36 час.

Производственная практика проводится

- на 1 курсе во 2 семестре по завершению

МДК 06.01 Введение в креативные индустрии в объеме 36 часов

МДК 06.04 Основы предпринимательства в сфере креативных индустрий в объеме 36 часов

- на 2 курсе в 4 семестре по завершению

МДК 06.03 Цифровой маркетинг: СММ – продвижение в объеме 72 часа

- на 3 курсе в 5 семестре по завершению

МДК 06.02 Реклама в объеме 36 час

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Обучение по МДК, в час.					Практики	
				Всего	В том числе				Учебная	Производственная
1	2	3	4		Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа ¹	Промежуточная аттестация		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	9	10
ОК 1 - ОК 10 ПК 6.1-6.6;	МДК 06.01 Введение в креативные индустрии	162	108	108	58		54			
	Раздел 1. Реклама	54		36	20					
	Раздел 2. Медиа-дизайн	54		36	18					
	Раздел 3. Разработка компьютерных игр и интерактивных медиа	54		36	20					
ОК 1 - ОК 10 ПК 6.1-6.6;	Раздел 4. Организация рекламной деятельности МДК 06.02 Реклама	162	108	108	36		54		36	36
ОК 1 - ОК 10 ПК 6.1-6.6;	Раздел 5. Цифровой маркетинг МДК 06. 03 Цифровой маркетинг: СММ-продвижение	102	68	68	24		34		36	72
ОК 1 - ОК 10 ПК 6.1-6.6;	Раздел 6. Основы предпринимательства в сфере	105	70	70	22		35			72

¹ Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией в соответствии с требованиями ФГОС СПО в пределах объема профессионального модуля в количестве часов, необходимом для выполнения заданий самостоятельной работы обучающихся, предусмотренных тематическим планом и содержанием междисциплинарного курса.

	креативных индустрий МДК 06.04 Основы предпринимательст ва в сфере креативных индустрий									
ОК 1 - ОК 10 ПК 6.1-6.6;	Учебная практика	72	72						72	
ПК 6.1-6.6	Производственная практика	180	180							180
	Всего:	783	606	354	140		177		72	180

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
1	2	3
МДК 06.01 Введение в креативные индустрии		162
Раздел 1. Реклама		36
Тема 1.1. Анализ целевой аудитории (ЦА)	Содержание учебного материала	8
	1. Понятие целевой аудитории. Анализ ЦА и его способы оценки	2
	2. Сегментация ЦА	2
	3. Аффинитивные площадки: понятие и виды	2
	4. Инструменты привлечения ЦА	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	8
	Практические занятия	10
	1 Создание «Аватара клиента»	2
	2. Работа с майнд мэп	2
	3. Просмотр работ. Рефлексия	2
	4. Работа в Wordstat (Яндекс подбор слов)	2
	5. Презентация ЦА для проектной деятельности	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	10
Тема 1.2. Продуктовая матрица	Содержание учебного материала	8
	1. Понятие продуктовой матрицы. УТП – уникальное торговое предложение: понятие.	2
	2. Лид-магнит: понятие и виды. Трипваер: понятие и виды	2

	3. Основной продукт: понятие и виды. Максимизатор прибыли: понятие и виды (upsell, cross sell, down sell, bundle sale)	2
	4. Тропинка возврата: понятие и виды (возврат и удержание клиента)	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	8
	Практические занятия	10
	1. Работа с майнд мэп	2
	2. Просмотр работ. Рефлексия	2
	3.Формирование бизнес идеи на основе описания продукта (услуги)	2
	4.Разработка элементов бренда продукта	2
	5.Презентация ЦА и бренда продукта для проектной деятельности	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	10
Раздел 2. Медиа-дизайн		36
Тема 2.1. Одностраничный веб-сайт	Содержание учебного материал	10
	1. Особенности дизайна для дисплеев	2
	2. Жанровые особенности структуры лендинга	2
	3. Типографика в вебе	2
	4. Подготовка графики для веб-сайта	2
	5. Особенности презентации веб-сайта	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	10
	Практические занятия	8
	1. Практическая работа «Основы работы с Фигмой и генерация идей проекта»	2
	2. Практическая работа «Обсуждение и выбор темы»	2
	3. Практическая работа «Консультация по проекту»	2
	4. Практическая работа «Презентация работ. Ревью»	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	8

Тема 2.2. Отрисовка плаката в редакторе изображений	Содержание учебного материала	8
	1. История плаката + постановка задачи	2
	2. Композиция	2
	3. Основы типографики	2
	4. Колористика	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	8
	Практические занятия	10
	1. Практическая работа «Основы работы в Adobe Photoshop»	2
	2. Практическая работа «Основы работы в Adobe Illustrator»	2
	3. Практическая работа «Консультация по проекту»	2
	4. Практическая работа «Работа с мокапами»	2
	5. Практическая работа «Презентация работ. Ревью»	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	10
Раздел 3. Разработка компьютерных игр и интерактивных медиа		36
Тема 3.1. Питч игры любого жанра	Содержание учебного материала	8
	1. История игровой индустрии	2
	2. Жанры игр	2
	3. Аудитория, типы игроков	2
	4. Популярные игровые механики. Навыки презентации	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	8
	Практические занятия	10
	1. Практическая работа «Работа над питчем, консультации»	2
	2. Практическая работа «Консультации по проекту»	2
	3. Просмотр работ. Рефлексия	2

	4. Практическая работа «Питч игр»	2
	5. Презентация «Питч игры»	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	10
Тема 3.2. Техническое задание на разработку прототипа или вертикального среза игры	Содержание учебного материала	8
	1. Введение в игровую документацию	2
	2. Принципы создания геймдизайнерской документации	2
	3. Этапы разработки игрового проекта	2
	4. Существующие игровые движки, языки программирования, плюсы, минусы и отличия	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	8
	Практические занятия	10
	1. Практическая работа «Рекламные SDK»	2
	2. Практическая работа «Типы монетизации»	2
	3. Практическая работа «Работа над ТЗ»	2
	4. Практическая работа «Консультации по проекту»	2
	5. Практическая работа «Разбор ТЗ»	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	10
Самостоятельная учебная работа при изучении МДК 06.01 Введение в креативные индустрии Тематика самостоятельной работы: Систематическая проработка конспектов занятий, рекомендованных дополнительных источников (учебные пособия, монографии, статьи, материалы сети Интернет). Освоение терминологии. Самостоятельный поиск информации, необходимой для анализа рынков, разработки средства продвижения. Подбор образцов рекламной продукции для анализа. Подготовка к практическим работам с учетом методических рекомендаций, выполнение практических работ и оформление результатов работ к защите. Перекрестный анализ продуктов/коллективный анализ результата) Тематика самостоятельной работы: 1. Проведение анализа ЦА на конкретном примере 2. Изучение способов оценки ЦА 3. Проведение оценки выбранной ЦА на конкретном примере 4. Изучение инструментов привлечения ЦА на конкретных примерах		54

5. Поиск инструментов привлечения внимания ЦА для конкретных товаров и услуг 6. Рассмотрение аффинитивных площадок 7. Создание «Аватара клиента» 8. Работа с майнд мэп 9. Работа в Wordstat (Яндекс подбор слов) 10. Подготовка презентации ЦА для проектной деятельности 11. Формирование бизнес идеи на основе описания продукта (услуги) 12. Формирование УТП для выбранной ЦА 13. Изучение жанровых особенностей структуры лендинга 14. Рассмотрение различных продуктов типографики в вебе 15. Подготовка графики для веб-сайта 16. Изучение особенностей презентации веб-сайта 17. Разработка проекта веб-сайта на конкретном примере 18. Работа с Фигмой 19. Поиск идей для будущего проекта 20. Изучение основ композиции для плаката 21. Выполнение заданий в Adobe Photoshop 22. Выполнение заданий в Adobe Illustrator 23. Выполнение работы с мокапами для конкретного продукта 24. Генерация идей по различным жанрам компьютерной игры 25. Поиск аудитории для конкретных типов игроков 26. Освоение популярных игровых механик 27. Разработка игрового проекта		
Раздел 4. Организация рекламной деятельности		162
МДК.06.02. Реклама		108
Тема 1.1. Рекламная кампания	Содержание учебного материала	22
	1. Реклама, общество, законодательство	2
	2. Виды и инструменты рекламы: Телевизионная и аудиореклама	2
	3. Виды и инструменты рекламы: печатная реклама (газеты, журналы и т.д), наружная реклама	2
	4. Виды и инструменты рекламы: Интернет – реклама (баннеры, контекстная реклама, социальные сети), E-mail – маркетинг, мобильная реклама (смс, мобильные приложения)	2
	5. Виды и инструменты рекламы: Промоакции и конкурсы, PR – акции и статьи в СМИ	2

	6. Исследование рынка. Разработка маркетинговой концепции исследования рынка. Программа маркетингового исследования рынка	2
	7. Исследование целевой аудитории. Формирование выборки, разработка инструментария сбора информации.	2
	8. Организация сбора информации потребительского предпочтения в выборе товаров и услуг on-line	2
	9. Организация сбора информации потребительского предпочтения в выборе товаров и услуг по телефону, при личном контакте с респондентом.	2
	10. Сегментация рынка. Определение привлекательности выбранного сегмента	2
	11 Правовые аспекты рекламной деятельности	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	22
	Практические занятия	8
	1. Решение ситуационных задач: «Составление брифа для разработки рекламной кампании»	2
	2. Работа над ошибками	2
	3. Аналитические кейсы. Работа с кейсами (поиск кейсов на заданную тематику: проблематика логистики компании, анализ стратегии компании).	2
	4. Аналитические кейсы. Работа с кейсами (поиск кейсов на заданную тематику: проблематика логистики компании, анализ стратегии компании).	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	8
Тема 1.2. Каналы продвижения. Реклама и продажи	Содержание учебного материала	18
	1. Модели рекламного воздействия.	2
	2. Разработка концепции рекламной кампании	2
	3.. Цифровые каналы продвижения	2
	4. Процесс подбора рекламных средств в продвижении продукта/услуги	2
	5 Реклама и продажи	2
	6. Личные продажи	2
	7. Показатели роста продаж при проведении рекламной кампании	2
	8. Медиапланирование.	2
	9. Формирование рекламного бюджета	2
	Практические занятия	8
	1. Составление контент-плана по продвижению компании.	2
	2. Выбор оптимальных каналов продвижения.	2

	3.Проектная работа (выбор компании в интернете, разложить на 4Р (продукт, цена, продвижение, место продажи)).	2
	4.Защита проектов	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	8
Тема 1.3. Эффективность рекламной деятельности: ключевые метрики коммуникационного дизайна	Содержание учебного материала	8
	1.Анализ эффективности рекламной кампании.	2
	2.Оценка конкурентоспособности подукта/компании	2
	3. Ключевые показатели эффективности рекламной кампании	2
	4.Разработка гипотез развития роста продаж	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	8
	Практические занятия	4
	1. Анализ рекламной кампании в интернете.	2
	2. Построение гипотез	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	4
Тема 1.4. Копирайтинг рекламного текста	Содержание учебного материала	10
	1. Позиционирование УТП компании через текст.	2
	2. УТП позиционирование и оффер	2
	3. Продающие тексты по формуле AIDA	2
	4. Продающие тексты по формуле 5W	2
	5.Сегментация целевой аудитории по методике 5W	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	10
	Практические занятия	4
	1. Составление текста с использованием УТП компании.	2
	2.Составление текста по формуле 5W	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	4
Тема 1.5. Визуальные концепции	Содержание учебного материала	6
	1. Создание рекламного текста под психологические портреты целевой аудитории.	2
	2.Составление контент-плана по продвижению компании. Создание текста различных стилей и жанров (для сайта компании, статья в журнал, пост в социальной сети, развлекательная статья и т.п.)	2
	3.Формирование Мудборда в соответствии с элементами бренда компании	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	6
	Практические занятия	4

	1. Практическая работа «Написать рекламный текст для социальных сетей, направленное на разные целевые аудитории».	2
	2. Создание Мудборда на конкретном примере	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	4
Тема 1.6. Концепции и креативы	Содержание учебного материала	8
	1. Рекламное творчество и креативный продукт	2
	2. Элементы креативной стратегии в рекламе. Решения оригинальной подачи информации	2
	3. Креатив в текстах. Разработка концепции	2
	4. Тексты для разных каналов продвижения	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	8
	Практические занятия	8
	1..Решение практических задач по поиску оригинальных решений подачи рекламной информации	2
	2. Разработка рекламного текста, направленного на определенную концепцию рекламной кампании	2
	3. Составление текста для различных каналов продвижения	2
	4. Презентация рекламного продукта	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	8
Самостоятельная учебная работа при изучении МДК.06.02. Реклама Систематическая проработка конспектов занятий, рекомендованных дополнительных источников (учебные пособия, монографии, статьи, материалы сети Интернет). Освоение терминологии. Самостоятельный поиск информации, необходимой для анализа рынков, разработки средства продвижения. Подбор образцов рекламной продукции для анализа. Подготовка к практическим работам с учетом методических рекомендаций, выполнение практических работ и оформление результатов работ к защите. Перекрестный анализ продуктов/коллективный анализ результата) Тематика самостоятельной работы: <ol style="list-style-type: none"> 1. Методы сбора информации 2. Инструментарий маркетингового исследования потребительских предпочтений 3. Техника и методика сбора информации 4. Методы сбора и обработки полученных данных 5. Формирование статистических данных целевой аудитории 6. Цифровые каналы продвижения 7. Концепции рекламных кампаний на конкретных примерах 8. Показатели эффективности рекламной кампании 9. Примеры Мудбордов различных компаний 10. Поиск компаний в интернете, развитие навыка: разложить на 4Р (продукт, цена, продвижение, место продажи) 		54

<ul style="list-style-type: none"> 11. Методика проведения СВОТ-анализа 12. Создание текста по формуле AIDA 13. Создание текста по формуле 5W 14. Проведение сегментации целевой аудитории по методике 5W на конкретном примере 15. Создание рекламного текста под психологические портреты целевой аудитории 16. Составление контент-плана по продвижению компании на конкретном примере 17. Создание текста: развлекательная статья 18. Создание текста для сайта компании 19. Создание текста: статья в журнал 20. Создание текста: пост в социальной сети 21. Формирование Мудборда в соответствии с элементами бренда компании на конкретном примере 22. Разработать рекламный текст, направленный на определенную концепцию рекламной кампании 23. Написать рекламный текст для социальных сетей, направленное на разные целевые аудитории 24. Составление текста для различных каналов продвижения 25. Подготовка сообщений по теме «Мероприятия стимулирования сбыта» 26. Изучение рекламы на телевидении, в газете, радио и т.д. Характеристика покупателей на потребительском рынке 27. Изучение сегментирования и позиционирования рынка. Подготовка презентаций. 	
<p>УП.06 Учебная практика при изучении МДК.06.02. Реклама</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Организация рабочего места обучающегося. Ознакомление с инструкциями по охране труда при работе за компьютером, по ТБ. 2. Ознакомление с видом деятельности компании. 3. Сбор информации о компании и продвигаемом товаре\услуге, определение рынка сбыта продукции (B2B, B2C, B2G, B2BC). 4. Проведение анализа целевой аудитории. 5. Выявление конкурентных преимуществ компании. 6. Формирование бюджета рекламной кампании. Изучение условий оплаты контрагентам 7. Разработка SWOT анализа: выявление конкурентов. Определение сильных и слабых сторон конкурентов. 	36
<p>ПП.06 Производственная практика при изучении МДК.06.02. Реклама</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Изучение технического задания на разработку рекламной кампании. 2. Разработка чек-листа по выполнению задания со сроками сдачи. 3. Организация рабочего места (систематизация и организация рабочих файлов) 4. Предпроектный анализ данных по данным с учебной практики. 5. Составление контент плана на основе анализа рекламной деятельности компании. 6. Выбор каналов продвижения (онлайн: социальные сети, баннерная реклама в интернете, контекстная реклама и т.д) 7. Обоснование выбора каналов продвижения 	36

8. Составление бюджета на каналы продвижения		
Раздел 5. Цифровой маркетинг		102
МДК.06.03. Цифровой маркетинг: СММ-продвижение		68
Тема 1.1. Организация промоушен бренда в digital (имиджевые акции, кросс-акции, промо-акции и т.д.)	Содержание учебного материала	8
	1. Понятие бренда. Репутация бренда в интернете.	2
	2. Реклама в ВКонтакте и Одноклассниках.	2
	3. Продвижение бренда в социальных сетях.	2
	4. Продвижение бренда в digital среде.	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	8
	Практические занятия	4
	1. Разработка концепции продвижения бренда в digital среде	2
	2. Составление контент-плана по продвижению компании в интернете, направленного на поддержание имиджа	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	4
Тема 1.2. Копирайтинг / SEO-тексты	Содержание учебного материала	6
	1. Копирайтинг. Рерайт текста.	2
	2. SEO-тексты. SEO-статья. SEO-копирайтинг. Структура написания.	2
	3. SEO-продвижение. Ключевые слова.	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	6
	Практические занятия	4
	1. Практическая работа Разработка статьи для продвижения компании в интернете.	2
	2. Практическая работа Подбор ключевых слов для SEO продвижения.	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	4
Тема 1.3. Визуализация и упаковка продуктов	Содержание учебного материала	8
	1. Разбор визуальных средств рекламы.	2
	2. Изготовление рекламных макетов (обработка фото и видеоматериалов в рекламной деятельности).	2
	3. Макеты для разных каналов продвижения.	2
	4. Работа в конструкторах Tilda и Wix. Рекламный дизайн в онлайн-конструкторах.	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	8
	Практические занятия	4
	1. Практическая работа Разработка макета для интернет-продвижения для разных каналов продвижения (модульный баннер, пост в социальных сетях, статья и т.д).	2

	2. Разработка макета для социальных сетей, отражающий бренд компании.	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	4
Тема 1.4. Инструменты продвижения в интернет-маркетинге	Содержание учебного материала	10
	1. SMM-продвижение. Таргетированная реклама.	2
	2. Настройка рекламного кабинета в ВКонтакте и Одноклассники.	2
	3. Коммуникационные стратегии в ВКонтакте (блогеры, инфлюенсеры, партнеры, СМИ и т.д.).	2
	4. Коммуникационные стратегии в сообществах в Одноклассниках (блогеры, инфлюенсеры, партнеры, СМИ и т.д.).	2
	5. Мессенджеры продаж (скрипты продаж).	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	10
	Практические занятия	8
	1. Настройка рекламных кабинетов в ВКонтакте	2
	2. Настройка рекламных кабинетов в Одноклассники	2
	3. Настройка контекстной рекламы.	2
	4. Запуск рекламы с минимальным бюджетом	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	8
Тема 1.5. Web-аналитика	Содержание учебного материала	12
	1. Маркетинговая аналитика. Эффективность рекламной кампании в интернете.	2
	2. Продуктовая аналитика.	2
	3. Интерпретация данных о поведении пользователей внутри сервисов и приложений. A/B тестирование.	2
	4 Коммуникационная аналитика.	2
	5. Маркетинговые исследования и потребности аудитории продукта.	2
	6. Анализ пользовательского опыта. Выдвижение гипотез.	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	12
	Практические занятия	4
	1. Анализ сайта компании. Выявление сильных и слабых сторон.	2
	2. Выдвижение гипотезы о продвижении сайта. Увеличение конверсии.	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	4
Самостоятельная учебная работа при изучении МДК.06.03. Цифровой маркетинг: СММ-продвижение Систематическая проработка конспектов занятий, рекомендованных дополнительных источников (учебные пособия, монографии, статьи, материалы сети Интернет). Освоение терминологии. Самостоятельный поиск информации, необходимой для анализа рынков, разработки средства продвижения. Подбор образцов рекламной продукции для анализа.		34

<p>Подготовка к практическим работам с учетом методических рекомендаций, выполнение практических работ и оформление результатов работ к защите. Перекрестный анализ продуктов/коллективный анализ результата)</p> <p>Тематика самостоятельной работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Работа с репутацией бренда в ВКонтакте (анализ бренда). 2. Работа с репутацией бренда в Одноклассниках (анализ бренда). 3. Разработка landing page в онлайн-конструкторах Tilda/Wix. 4. Определить целевую аудиторию для продвижения компании в интернете. 5. Составление контент-плана по продвижению компании в интернете, направленного на поддержание имиджа 6. Составление SEO-текстов. 7. Составление SEO-статьи. 8. Выполнение заданий по SEO-копирайтингу. 9. Формирование структуры написания текстов различных жанров и стилей 10. Изучение примеров визуальных средств рекламы 11. Решение практических задач: Подбор ключевых слов для SEO продвижения 12. Разработка статьи для продвижения компании в интернете на конкретном примере 13. Анализ сайта компании по конкретному заданию 14. Настройка рекламных кабинетов в ВКонтакте 15. Настройка рекламных кабинетов в Одноклассниках 16. Интерпретация данных о поведении пользователей внутри сервисов и приложений. 17. Оценка эффективности рекламной кампании в интернете 	
<p>УП.06 Учебная практика при изучении МДК.06.03. Цифровой маркетинг: СММ-продвижение</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ рекламной деятельности компании: какие рекламные активности были проведены, какой был бюджет. Проанализировать УТП компании. 2. Проверка оферов рекламных кампаний. 3. Проверка печатных материалов, материалов, использованных в интернете. Сформулировать гипотезу по улучшению эффективности. 4. Сформулировать гипотезу по улучшению эффективности. 5. Разработать УТП компании на основе анализа компании и SWOT анализа 6. Подсчет эффективности рекламных кампаний работодателя. 7. Решение профессиональных задач: настройка рекламного кабинета в ВКонтакте 	<p style="text-align: center;">36</p>
<p>ПП.06 Производственная практика при изучении МДК.06.03. Цифровой маркетинг: СММ-продвижение</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Изучение технического задания на разработку рекламной кампании. 2. Разработка чек-листа по выполнению задания со сроками сдачи. 3. Организация рабочего места (систематизация и организация рабочих файлов) 4. Предпроектный анализ данных по данным с учебной практики. 	<p style="text-align: center;">72</p>

5. Составление контент плана на основе анализа рекламной деятельности компании. 6. Выбор каналов продвижения (онлайн: социальные сети, баннерная реклама в интернете, контекстная реклама и т.д) 7. Обоснование выбора каналов продвижения 8. Составление бюджета на каналы продвижения 9. Согласование с заказчиком 10. Подборка ключевых слов для SEO продвижения 11. Проверить на соответствие деятельности компании 12. Проверить территориальную выборку 13. Проверить количество показов 14. Разработать макет мудборда. Согласовать с работодателем визуальную концепцию рекламной кампании 15. Разработка макетов для социальных сетей, отражающих бренд компании. 16. Разработать макеты интернет-баннера, отображающий бренд компании 17. Создать публичную страницу в ВК (если не было создано) 18. Настроить рекламный кабинет в ВК 19. Настроить таргетированную рекламу в ВК с минимальным бюджетом 20. Оценить показатели эффективности (CTR, CPC) 21. Произвести расчет конверсии 22. Рассчитать стоимость обращения 23. Рассчитать стоимость одного подтвержденного заказа 24. Рассчитать возврат денежных средств с рекламы 25. Составить отчет и презентацию по эффективности рекламной кампании со всеми данными аналитики и проделанной работой		
Раздел 6. Основы предпринимательства в сфере креативных индустрий		105
МДК 06.04 Основы предпринимательства в сфере креативных индустрий		70
Тема 1.1. Производство продукта	Содержание учебного материала	12
	1. Введение в предпринимательскую деятельность. Особенности ведения бизнеса в РФ. Виды предпринимательской деятельности: производственная, коммерческая, финансовая.	2
	2. Конкурентный анализ внутренней и внешней среды бизнеса (5 сил Портера, SWOT-анализ, PEST-анализ и др.)	2
	3. Создание собственного бизнеса: методы генерации идей, критерии успешности	2
	4. Способы оценки бизнес-идеи.	2

	5. Целевая аудитория: определение, анализ. Сегментация ЦА: методы, задачи. Определение целевого ядра. Емкость рынка, цели, методики расчета	2
	6. Создание бренда, торговой марки. Понятие, значение и применимость брендинга в современном контексте. Основные виды бренд-платформ и методики их создания	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	12
	Практические занятия	6
	1. Предпринимательская игра № 1 «В поисках рынка»	2
	2. Предпринимательская игра № 2 «Генерация креативной бизнес-идеи»	2
	3. Предпринимательская игра № 3 «Создание ценности»	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	6
Тема 1.2. Продвижение продукта	Содержание учебного материала	14
	1. Формы и методы исследования рынка.	2
	2. Изучение спроса среди потребителей и выявление и анализ потребностей ЦА	2
	3. Маркетинговые стратегии продукта: цели, задачи. Виды маркетинговых стратегий. Маркетинговый комплекс.	2
	4. Маркетинговый бюджет	2
	5. Формирование спроса и стимулирование сбыта. Формы, цели и этапы маркетинговых коммуникаций	2
	6. Реклама продукта: создание кампаний и показатели эффективности. Продвижение и развитие бизнеса на Интернет-площадках (социальные сети, маркетплейсы и т.д.).	2
	7. Цифровая трансформация продаж. Креатив в диджитал-сфере.	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	14
	Практические занятия:	6
	1. Составление схемы маркетинговой стратегии продукта и траектории вывода продукта на рынок	2
	2. Определение целей и задач маркетинга в соответствие со SMART. Разработка маркетинговых мероприятий и бюджетов	2

	3. Создание рекламной кампании продукта	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	6
Тема 1.3. Основы финансов и правового обеспечения предпринимательства	Содержание учебного материала	12
	1. Ресурсы в предпринимательской деятельности. Обеспечение предприятия основными фондами, оборотными средствами. Источники финансирования предпринимательской деятельности.	2
	2. Основные показатели эффективности предпринимательской деятельности. Инвестиционная деятельность. Классификация рисков и управление ими.	2
	3. Методы формирования себестоимости продукта. Стратегии ценообразования	2
	4. Система налогообложения предпринимательской деятельности. Выбор налоговых режимов	2
	5. Организационно-правовые формы бизнеса. Процедура государственной регистрации предпринимательской деятельности..	2
	6. Предпринимательский договор, понятие, виды, этапы составления. Защита авторских прав	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	12
	Практические занятия:	6
	1. Составление плана обеспечения необходимыми ресурсами собственного бизнеса, ценообразования, сравнения налоговых ставок.	2
	2. Составление заявок на получение грантов, субсидий для финансирования собственного бизнеса в сфере креативных индустрий. Участие в государственных закупках.	2
	3. Формирование договорной базы для стартапа. Порядок обеспечения авторских прав и их регистрация на примере собственного продукта.	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	6
Тема 1.4. Менеджмент	Содержание учебного материала	10
	1. Системы методов управления в предпринимательской деятельности. Планирование, мотивация, контроль, координация, организация как функции менеджмента в предпринимательстве.	2
	2. Анализ и управление бизнес-процессами в предпринимательской деятельности. Нотации моделирования бизнес-процессов. Виды организационных структур предприятий.	2

	3. Коммуникативность и деловое общение. Процесс принятия решений. Управление конфликтами и стрессами. Руководство: власть и партнерство. Техники деловых переговоров.	2
	4. Методические основы разработки бизнес-плана. Цели и задачи бизнес-планирования. Состав и структура бизнес-плана.	2
	5. Презентация как итоговый инструмент представления проекта.	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	10
	Практические занятия:	4
	1. Деловая групповая игра "Переговоры со смыслом" с составлением итоговых документов	2
	2. Разработка бизнес-плана собственного продукта. Защита итогового проекта. Навыки эффективной презентации	2
	<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	4
Самостоятельная учебная работа при изучении МДК.06.04. Основы предпринимательства в сфере креативных индустрий Систематическая проработка конспектов занятий, рекомендованных дополнительных источников (учебные пособия, монографии, статьи, материалы сети Интернет). Освоение терминологии. Самостоятельный поиск информации, необходимой для анализа рынков, разработки средства продвижения. Подбор образцов рекламной продукции для анализа. Подготовка к практическим работам с учетом методических рекомендаций, выполнение практических работ и оформление результатов работ к защите. Перекрестный анализ продуктов/коллективный анализ результата) Тематика самостоятельной работы: <ol style="list-style-type: none"> 1. Изучение инструментов и методов анализа рынка 2. Сбор информации об отрасли и поиск перспектив ее развития 3. Поиск идей по созданию собственного бизнеса 4. Проведение оценки бизнес идеи. 5. Изучение спроса на продукт, выявление и анализ потребностей ЦА 6. Определение маркетинговой стратегии продукта и траектории вывода его на рынок 7. Формирование маркетингового бюджета 8. Создание рекламной кампании продукта. 9. Определение источников финансирования предпринимательской деятельности 10. Поиск условий получения грантов, субсидий для финансирования собственного бизнеса 11. Изучение порядка обеспечения авторских прав и их регистрации. 12. Формирование договорной базы для стартапа 13. Моделирование бизнес-процесса 		35

14. Установление коммуникационных внутриорганизационных связей 15. Изучение техники деловых переговоров, решение ситуационных задач 16. Разработка бизнес-плана собственного продукта 17. Разработка итоговой презентации представления бизнес-проекта. 18. Подготовка к защите проекта	
ПП.06 Производственная практика при изучении МДК.06.04. Основы предпринимательства в сфере креативных индустрий 1. Организация рабочего места. Ознакомление с инструкциями по охране труда при работе за компьютером, по ТБ. 2. Ознакомление с видом деятельности компании 3. Сбор информации о компании и продвигаемом товаре\услуге, определение рынка сбыта продукции (B2B, B2C, B2G, B2BC). 4. Проведение анализа целевой аудитории рекламного продукта 5. Выявлять потребности клиентов 6. Выявление конкурентных преимуществ компании 7. Изучение процесса формирования бюджета рекламной кампании. Изучение условий оплаты контрагентам 8. Разработка SWOT анализа: выявление конкурентов. Определение сильных и слабых сторон конкурентов. 9. Ознакомление с процессом взаимодействия с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта 10. Разрабатывать техническое задание на создание продукта 11. Ознакомление с технологиями продвижения рекламного продукта 12. Выбирать эффективные каналы продвижения конкретного продукта 13. Планировать свою работу в составе исполнителей по реализации технического задания	72
Всего	783

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

кабинет «Реклама и цифровой маркетинг», оснащенный:
оборудованием:

- ☐ посадочные места по количеству студентов;
- ☐ рабочее место преподавателя;
- ☐ большая магнитно-маркерная доска;
- ☐ учебные пособия;
- ☐ технические средства обучения;

техническими средствами обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением,
- мультимедиапроектор,
- наличие подключения к сети интернет.

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. Винарский, Я.С. Web-аппликации в интернет-маркетинге [Текст] : проектирование, создание и применение : практическое пособие / Я. С. Винарский, Р. Д. Гутгарц. - Москва : ИНФРА-М, 2018. - 267, [1] с. : ил., табл.; 22 см. - (Среднее профессиональное образование).; ISBN 978-5-16-014219-7.

2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : непосредственный.

3. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : непосредственный.

4. Твердохлебова, М.Д., Интернет-маркетинг : учебник / М.Д. Твердохлебова. — Москва : КноРус, 2021. — 190 с. — ISBN 978-5-406-08562-2.

3.2.2. Основные электронные издания

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-

534-11216-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511792>

2. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511938>

3.2.3. Дополнительные источники

1. 25 беспроигрышных идей : практическое пособие / Васильева Е.А.. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 156 с. — ISBN 978-5-394-03192-2.

2. Дробо, К. Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности / К. Дробо ; перевод Ю. Орловой. — Москва : Альпина Паблишер, 2016. — 276 с. — ISBN 5-9614-0109-X

3. Загребельный Г., Боровик М., Меркулович Т., Фролкин И.: Performance-маркетинг: Заставьте интернет работать на вас. - Альпина Паблишер, 2021 ISBN: 978-5-9614-5816-9

4. Интернет-маркетинг / Под ред. А.В. Юрасова - М.: Горячая линия - Телеком, 2012. - 246 с.: ил. - ISBN 978-5-9912-0165-0

5. Настольная книга интернет-маркетолога. Воронки продаж, вебинары, SMM (Мария Солодар) ISBN: 978-5-04-115949-8,

6. Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете [Текст] / Мара Эйнштейн ; перевод с английского [Т. Мамедова]. - Москва : Альпина Паблишер, 2017. - 299, [1] с.; 22 см.; ISBN 978-5-9614-6243-2

7. Романов А.А. Рекламный менеджмент : учебное пособие / Романов А.А., Каптюхин Р.В.. — Москва : Евразийский открытый институт, 2010. — 432 с. — ISBN 978-5-374-00393-2.

8. Акулич М. В. — Москва: Издательско торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. ... ISBN 978-5-394-02474-0.

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

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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля ²	Критерии оценки	Методы оценки
---	-----------------	---------------

² В ходе оценивания могут быть учтены личностные результаты.

ПК 6.1. Разрабатывать техническое задание на создание продукта в сфере Креативных индустрий	Осуществляет сбор, систематизацию и анализ данных, необходимых для разработки технического задания продукта. Определяет технические и программных средств для разработки макета с учетом их особенностей использования. Формирует готовое техническое задание в соответствии с требованиями к структуре и содержанию. Выполняет процедуру согласования (утверждения) с заказчиком.	Практическое задание, тестирование
ПК 6.2. Создавать графический дизайн – макетов продукта	Выполняет работ по разработке дизайн-макета на основе ТЗ. Определяет потребности в программных продуктах, материалах и оборудовании, осуществление комплектации. Демонстрирует знания потребности рынка.	Практическое задание, тестирование
ПК 6.3. Взаимодействовать с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта	Умеет проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком Умеет проводить презентацию рекламного продукта	Практическое задание, тестирование
ПК 6.4 Реализовывать технологии продвижения рекламного продукта	Умеет работать с рекламой в средствах массовой информации; Знает экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации	Практическое задание, тестирование
ПК 6.5 Принимать решение в соответствии с требованиями рекламодателей и документами, регламентирующими рекламную деятельность	Знает основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации Знает основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики	Практическое задание, тестирование
ПК 6.6 Планировать профессиональную	Анализирует современные тенденции в области Креативных индустрий для их адаптации,	Практическое задание, тестирование

деятельность в сфере Креативных индустрий	монетизации и использования в своей профессиональной деятельности. Разрабатывает предложений по использованию новых технологий в целях повышения качества создания итогового продукта и обслуживания заказчиков	
ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Знает о социальных и этических проблемах, связанных с развитием и использованием достижений науки, техники и технологий;	Наблюдение
ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Умеет организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Наблюдение
ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Умеет решать стандартные профессиональные задачи Сохраняет спокойствие и уверенность при столкновении с нестандартными задачами Осуществляет сбор информации для решения нестандартной задачи Принимает ответственность за ошибки, компенсируя дополнительной работой	Наблюдение
ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Умеет осуществлять запрос в сети интернет Умеет отбирать информацию из большого массива данных Умеет использовать полученную информацию для решения профессиональных задач	Наблюдение
ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Умеет вступать в коммуникацию с заказчиками, подрядчиками, коллегами, партнерами и другими акторами. Умеет слушать и выделять главное Умеет проверять свое понимание в общении со слушателями	Наблюдение

	<p>Умеет аргументировать и доказывать свою позицию</p> <p>Умеет находить решения, устраивающие разных участников коммуникации</p>	
<p>ОК 6</p> <p>Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	Умеет распределять задачи в коллективе и в команде.	Наблюдение
<p>ОК 7</p> <p>Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<p>Понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые). Понимает тексты на базовые профессиональные темы. Участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы. Строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывает и объясняет свои действия (текущие и планируемые). Пиет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы</p>	Наблюдение
<p>ОК 8</p> <p>Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере</p>	<p>Выявляет достоинства и недостатки коммерческой идеи. Презентует идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности. Оформляет бизнес-план. Рассчитывает размеры выплат по процентным ставкам кредитования. Определяет инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности. Презентует бизнес-идею, определяет источники финансирования</p>	Наблюдение
<p>ОК 9</p> <p>Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>Умеет отслеживать тренды в сфере рекламы, анализирует социальные сети, профессиональные публикации, знает лидеров мнений; Ориентируется в смене технологий. Использует современные технологии для решения профессиональных задач</p>	<p>Наблюдение.</p> <p>Проектное задание: провести обзор современных трендов в рекламе</p>
<p>ОК 10</p> <p>Владеть основами предпринимательской деятельности и</p>	Демонстрирует знания: основ предпринимательской деятельности;	<p>Наблюдение.</p> <p>Проектное задание: провести обзор</p>

особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	основ финансовой грамотности; правил разработки бизнес-планов; порядка выстраивания презентации;	современных трендов в рекламе
--	--	----------------------------------