



Нестеренко Ирина Юрьевна
Подписано цифровой подписью: Нестеренко Ирина Юрьевна
Дата: 2026.01.15 09:50:06 +05'00'

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора Ур СЭИ (филиал) ОУП
ВО «АТиСО» по УВР

О.В. Зубкова

«20» февраля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

КОММУНИКАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ИНТЕРНЕТ-СРЕДЫ

**СПЕЦИАЛЬНОСТЬ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ**

42.02.01 Реклама

(код профессии, специальности СПО)

Специалист по рекламе

(наименование квалификации)

Кафедра: Экономика

Разработчики программы:

Старший преподаватель кафедры экономики Г.А. Шафикова

Программа обсуждена на заседании кафедры экономики
протокол № 5 от «24» января 2024 г.

Заведующий кафедрой экономики

О.В. Зубкова

«24» января 2024 г.

Оглавление

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА, КУРСА, ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	3
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	3
3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА	3
4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ:	3
5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
5.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.....	4
5.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины.....	5
6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
6.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению	8
6.2 Информационное обеспечение обучения	8
7. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10
8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	11
9. ПРОВЕРКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	12
10. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ	24

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА, КУРСА, ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Рабочая программа учебной дисциплины «Коммуникационные инструменты интернет-среды» является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама квалификация Специалист по рекламе.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения учебной дисциплины:

освоить теоретические подходы и практические навыки управления маркетингом в социальных сетях, используя современные технологии в конкурентной стратегии предприятия.

Задачи изучения учебной дисциплины:

- изучить современные модели развития и функционирования социальных медиа;
- получить опыт применения инструментов планирования и оценки маркетинга в социальных медиа;
- изучить результаты анализа российской практики маркетинга в социальных медиа;
- научить адаптировать современные зарубежные практики маркетинга в социальных медиа для российских условий.

3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

МДК.03.02 «Коммуникационные инструменты интернет-среды» является дисциплиной профессионального модуля ПМ.03 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых и коммуникационных технологий» ППССЗ в соответствии с ФГОС специальности СПО 42.02.01 Реклама квалификация Специалист по рекламе.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии компетенций ОК 01,02; ПК 3.3.

Учебная дисциплина «Коммуникационные инструменты интернет-среды» базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных студентами при изучении дисциплин ПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий», ОП.02 «Информационные технологии в профессиональной деятельности», МДК 03.01 «Цифровой маркетинг».

Знания, умения и навыки, полученные студентами при изучении данной дисциплины, будут использованы при подготовке дипломного проекта:

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен освоить следующие **компетенции:**

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

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

Таким образом, в результате изучения дисциплины обучающийся должен:

уметь:

У1 - разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в интернете;

У2 - планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек;

знать:

З1 - специфику механизма торгового бренда;

З2 - новейший опыт (как зарубежный, так и отечественный) формирования и продвижения бренда с помощью он-лайн технологий.;

владеть навыками: продвижения торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Виды нагрузки	<i>очная ФО 1с10м/2с10м</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	100
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	70
В том числе:	
теоретическое обучение	24
практические занятия	46
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	22
В том числе:	
работа по темам	11
подготовка докладов по темам	11
Консультация	2
Промежуточная аттестация	6
Форма контроля	Экзамен 4/6 сем.

5.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала	Объем часов Очная ФО 1z10м/2z10м	Компетенции	Уровень освоения
1	2	3	5	6
Раздел 1. Основы цифровых коммуникаций	Содержание учебного материала	36	ОК 1,2, ПК 3.3	2
	Занятия лекционного типа Основные понятия в сфере цифровой коммуникации. Коммуникационные каналы цифрового маркетинга. Маркетинговые коммуникации и продвижение товаров и услуг Цели цифровых коммуникаций и их назначение Интернет как основа развития цифровых коммуникаций Технологии общения в интернете Стратегии цифровой коммуникации в интернете Основы создания цифровых ресурсов и обеспечение их функционирования в глобальной сети	12		
	Практические занятия Мобильные платформы, мобильные устройства. Пользовательский контент. Характеристика видов электронных платежных систем Анализ рекламы в интернете Качество веб -ресурса Блоги в сфере профессиональных коммуникаций Приемы лидогенерации Технические возможности сервисов сбора статистики о посетителях «Яндекс Метрика» и «GoogleAnalytics» Веб-аналитика необходима владельцу веб-ресурса	14		
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы.	10		
Раздел 2. Виды и технологии цифровых коммуникаций	Содержание учебного материала	56	ОК 1,2, ПК 3.3	2
	Занятия лекционного типа Информационные коммуникационные технологии, их классификация	12		

	Деловые коммуникации в цифровой среде Межличностная интернет-коммуникация Посадочная страница коммерческого сайта Комплексное продвижение коммерческого сайта в сети интернет Поисковое продвижение сайта. Способы привлечения посетителей из поисковых систем. SEO– аудит сайта Контекстная и таргетированная реклама. Поисковая оптимизация (SEO). Медийная (юаннерная) реклама и инструменты ее автоматизации RTB– технология интернет- рекламы Продвижение компании с помощью SMM Обзор популярных социальных сетей Social Media Optimization (SMO) Мониторинг социальных сетей и блогов Новые цифровые технологии. Медиа-показатели эффективности. Цифровой этикет			
	Практические занятия Создание баннерной интернет рекламы для предприятия торговли Создание баннерной интернет рекламы для промышленного предприятия Создание баннерной интернет рекламы для предприятия, оказывающего услуги Создание баннерной интернет рекламы для рекламного предприятия Разработка макета сайта в программе Photoshop Разработка сайта в конструкторе (Winx) Разработка сайта в конструкторе (Tilda) Разработка сайта в конструкторе (Canva) Сравнительный анализ оптимизированных сайтов Повышение коэффициента кликабельности сайта Разработка приемов для увеличения привлекательности сайта для целевых клиентов Дизайн веб-ресурсов	32		

	Создание макета электронной газеты Разработка контекстной рекламы Разработка таргетированной рекламы Разработка таргетированной и контекстной рекламной кампании в системах Яндекс.Директ и Google Adword Создание макета социальной интернет– рекламы Создание рекламного письма почтовой рассылки Разработка вирусной рекламы Настройка аудитории Разработка дизайна формы для регистрации Разработка интернет- каталога Создание мобильного приложение Адаптация мобильного приложения под веб- версию Спам в Интернете			
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы.	12		
Консультация		2		
Промежуточная аттестация		6		
ВСЕГО		100		

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – **ознакомительный или минимальный уровень** (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – **репродуктивный или базовый уровень** (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – **продуктивный или высокий уровень (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)**

Занятия, проводимые в интерактивных формах

№ п/п	Тема занятия	Форма
1	Практическое занятие по теме «Маркетинг в социальных сетях»	Разбор конкретных ситуаций

6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы учебной дисциплины «Коммуникационные инструменты интернет-среды» требует наличия Мультимедийной лекционной аудитории.

Оборудование:

стол преподавателя, столы, стулья, персональный компьютер (Celeron 2.1-2.7 Mhz, монитор ЖК); стационарный видеопроектор с экраном; звуковое оборудование (микрофон, колонки); меловая доска; коммутационное оборудование для работы в локальной сети вуза и сети Интернет. Используемое программное обеспечение: Windows XP, 10. MicrosoftOffice 2007, 2019. AdobeAcrobat. GoogleChrome, MozillaFirefox., наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий

Компьютерный класс (лаборатория) для практических работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Оборудование:

стол преподавателя, столы, стулья, персональные компьютеры (Celeron 2.1-2.7 Mhz, монитор ЖК); коммутационное оборудование для работы в локальной сети вуза и сети Интернет. Используемое программное обеспечение: Windows XP, 10. MicrosoftOffice 2007, 2019. AdobeAcrobat. GoogleChrome, MozillaFirefox.; доска маркерная

6.2. Информационное обеспечение обучения

Основная литература

1. Дымова, С.С. Введение в рекламу и PR: учебное пособие: [16+] / С.С. Дымова, В.С. Матюшкин, В.Ю. Филин; Институт бизнеса и дизайна. – Москва: Институт Бизнеса и Дизайна, 2019. – 130 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572919> – Библиогр.: 122-123. – ISBN 978-5-6042873-3-0. – Текст: электронный.

2. Лунева, Е.А. Современные маркетинговые технологии: учебное пособие / Е.А. Лунева; Минобрнауки России, Омский государственный технический университет. – Омск: Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2017. – 112 с.: табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493360> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8149-2418-6. – Текст: электронный.

3. Инновационный маркетинг : учебник : [16+] / И. А. Красюк, С. М. Крымов, Г. Г. Иванов, М. В. Кольган. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 170 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600310> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03982-9. – Текст : электронный.

4. Прохорова, М.В. Организация работы Интернет-магазина: практическое пособие / М.В. Прохорова, А.Л. Коданина. – 3-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 333 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. –

URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573335> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03466-4. – Текст: электронный.

Дополнительная литература

1. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью / Г. Н. Крайнов. – 2-е изд., стер. – Санкт-Петербург : Лань, 2023. – 372 с. – ISBN 978-5-507-45867-7. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/288947> (дата обращения: 03.08.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

Акулич, М.В. Коммуникационные инструменты интернет-среды: учебник / М.В. Акулич. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 352 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573342> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02474-0. – Текст: электронный.

6. Кулагин, В. Digital@Scale. Настольная книга по цифровизации бизнеса=Digital@Scale. How you can lead your business to the future with Digital@Scale: [12+] / В. Кулагин, А. Сухаревский, Ю. Мефферт. – Москва: Интеллектуальная Литература, 2019. – 293 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570404> – ISBN 978-5-6042320-7-1. – Текст: электронный.

7. Мойат, Д. Видеомаркетинг. Стратегия, контент, производство=Video marketing strategy. Harness the power of online video to drive brand growth: [12+] / Д. Мойат; ред. Н. Ворыханова; пер. с англ. М. Мацковской. – Москва: Альпина Паблишер, 2019. – 402 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570421> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9614-1567-4. – Текст: электронный.

Интернет - ресурсы, необходимые для освоения дисциплины (модуля)

№ п.п.	Интернет ресурс (адрес)/система	Описание ресурса/системы
Профессиональные базы данных		
1.	https://yadi.sk/d/8x6PuC1sBCUNx	Наглядное пособие по SEO-копирайтингу
2.	http://book.promo.ru	Энциклопедия интернет-рекламы
3.	http://begun.ru/school/	Школа контекстной рекламы
4.	http://www.aup.ru/books/m80/	Успенский И.В. Коммуникационные инструменты интернет-среды
5.	https://www.google.com/adsense/static/ru/AdFormats.html	Баннерные стандарты Google –
6.	http://www.adbusiness.ru/content/document_r_7903A3E3-17BD-4C33-BD09-BA6FDF91241A.html	Product Placement в Рунете
7.	http://www.hiddenmarketing.ru/blog/	Скрытый маркетинг
8.	http://www.ci-razvedka.ru/	Конкурентная разведка в интернете
9.	http://wordstat.yandex.ru	Статистика поисковых запросов Yandex
10.	https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal	Инструмент подсказки ключевых слов Google

11.	http://consultant.ru/	справочно-информационная система Консультант Плюс
12.	http://garant.ru/	справочно-информационная система «Гарант».

7. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Рабочая программа учебной дисциплины «Коммуникационные инструменты интернет-среды» обеспечена оценочными материалами для проведения входного (при наличии), текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценочные материалы включают в себя тестовые задания и практические задания по темам и курсовой работы.

Текущий контроль результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий в форме тестирования, устного опроса, подготовки докладов, а также выполнения практических заданий, курсовой работы.

Перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Основные инструменты интернет-маркетинга и рекламы.
2. По каким принципам выбирается тот или иной инструмент продвижения?
3. Преимущества интернет-рекламы перед офлайн-рекламой?
4. Цели и задачи проведения рекламных кампаний в Интернет.
5. Что такое таргетинг в контекстной рекламе. По каким критериям его можно задать?
6. Модель ценообразования в контекстной рекламе. Модель оплаты в контекстной рекламе.
7. Места показа объявлений (контекстная реклама) в Yandex.Direct
8. Контекстная реклама: принципы формирования семантического ядра.
9. Создание объявлений для систем контекстной рекламы. Принцип Offer-Deadline-Call to Action.
10. Что такое ROI? Как определить показатель ROI (контекстная реклама)
11. Перечислите основные виды социальных медиа. Преимущества и недостатки каждого вида.
12. Основные направления маркетинговых коммуникаций в социальных медиа.
13. Что такое и зачем нужен мониторинг в социальных сетях? Цели. Задачи. Специфика проведения мониторинга.
14. Управление репутацией в социальных сетях. Цели. Задачи. Специфика
15. Клиентская поддержка в социальных сетях. Цели. Задачи. Специфика
16. Продвижение в социальных сетях. Цели. Задачи. Специфика
17. Разработка стратегии маркетинговых коммуникаций в социальных сетях. Основные компоненты.
18. Что такое бренд-платформа? Специфика формирования бренд-платформы.
19. Этапы разработки контентной стратегии в социальных сетях.
20. Методы привлечения аудитории в социальных сетях.
21. Определение ЦА: Метод персонажей.
22. Управление взаимоотношениями с пользователями как агентами коммуникаций в Интернете
23. Схемы коммуникаций в интернете
24. Виды коммуникаций в интернет-среде
25. Стандартная интернет-реклама как вид коммуникации
26. Нестандартная интернет-реклама как канал коммуникации
27. Социальные сервисы в социальных интернет-медиа как инструменты коммуникаций.
28. Типология социальных медиа и ее значение для современных интернет-коммуникаций.
29. Клиповое мышление и изменение поведения пользователей в современных интернет-коммуникациях
30. Виды предпринимательской деятельности в области интернет-коммуникаций

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по выполнению лекционных занятий

Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

Методические указания по выполнению практических занятий

Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.). Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму и др. (указывать конкретно используемые при изучении дисциплины).

Методические указания по подготовке к экзамену

Наиболее ответственным этапом в обучении студентов является экзаменационная сессия. На ней студенты отчитываются о выполнении учебной программы, об уровне и объеме полученных знаний. Это государственная отчетность студентов за период обучения, за изучение учебной дисциплины.

Залогом успешного прохождения контроля являются систематические, добросовестные занятия студента. Однако это не исключает необходимости специальной работы перед сессией и в период сдачи экзамена. Специфической задачей студента в период экзаменационной сессии являются повторение, обобщение и систематизация всего материала.

В процессе повторения анализируются и систематизируются все знания, накопленные при изучении программного материала: данные учебника, записи лекций, конспекты прочитанных книг, заметки, сделанные во время консультаций или семинаров, и др.

Консультации, которые проводятся для студентов в период экзаменационной сессии, необходимо использовать для углубления знаний, для восполнения пробелов и для разрешения всех возникших трудностей.

При подготовке к контролю необходимо еще раз проверить себя на предмет усвоения основных категорий и ключевых понятий курса.

9.ПРОВЕРКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

Знать: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.

Уметь: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).

Тип задания	Инструкция	Пример задания					
Задание закрытого типа на установление соответствия (Знать)	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между ситуациями и их методами решения. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца					
		Ситуации		Методы решения			
		А	Необходимо провести анализ эффективности рекламной кампании в социальных сетях	1	Использование аналитических инструментов социальных сетей (Яндекс.Метрика, Google Analytics)		
		Б	Требуется выбрать оптимальные каналы для размещения рекламы нового продукта	2	Анализ целевой аудитории и изучение методов продвижения конкурентов		
		В	Нужно разработать стратегию продвижения бренда в digital-среде	3	Составление медиаплана с учетом бюджета и целей кампании		
		Г	Необходимо оценить конкурентную среду в интернет-пространстве	4	Исследование охвата, частоты и показателей эффективности (CTR, CPC, CPA)		
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:					
А		Б		В		Г	

Задание закрытого типа на установление последовательности (Уметь)	Прочитайте текст и установите последовательность	Установите правильную последовательность действий при запуске рекламной кампании в digital-среде. Этапы: 1. Анализ результатов и корректировка кампании; 2. Запуск рекламных объявлений; 3. Подготовка креативных материалов; 4. Составление медиаплана и настройка таргетинга. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:			
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Рассчитайте стоимость рекламной кампании, если: CPC = 50 рублей. Планируемый охват: 100000 показов. CTR = 2%. Резерв на оптимизацию: 20%. Варианты ответов: 1. 120000 рублей; 2. 100000 рублей; 3. 144000 рублей; 4. 150000 рублей.			
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Что такое А/В-тестирование в контексте digital-маркетинга? Варианты ответов: 1. Метод оценки эффективности сайта; 2. Способ сравнения двух вариантов рекламного материала; 3. Инструмент для анализа поведения пользователей; 4. Метод расчета рекламного бюджета.			
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Установите корректный способ решения проблемы низкого CTR. Выберите два верных ответа. Варианты ответов: 1. Оптимизация целевой аудитории; 2. Улучшение качества креативов; 3. Работа над юзабилити лендинга; 4. Корректировка ставок и бюджета.			

(Уметь)		
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Выберите два верных утверждения о ретаргетинге в интернет-рекламе. Варианты ответов: 1. Ретаргетинг — это показ рекламы пользователям, которые уже взаимодействовали с сайтом или приложением; 2. Ретаргетинг используется только для email-рассылок; 3. Ретаргетинг помогает возвращать потенциальных клиентов и повышать конверсию; 4. Ретаргетинг — это способ показа рекламы случайным пользователям из целевой аудитории.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Представьте, что вы работаете в digital-агентстве и получили задачу по увеличению продаж онлайн-магазина одежды на 30% за 2 месяца. Что будете делать на первом этапе?

ОК 2. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

Знать: номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.

Уметь: определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.

Тип задания	Инструкция	Пример задания			
Задание закрытого типа на установление соответствия (Уметь)	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между коммуникационными инструментами и их основными характеристиками. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца			
		Инструменты		Характеристики	
		А	Социальные сети	1	Персональная коммуникация с клиентом, высокая скорость отклика
		Б	Мессенджеры	2	Массовое распространение контента, таргетированная реклама
		В	Email-рассылки	3	Глубокий анализ поведения аудитории, долгосрочное взаимодействие
		Г	Контент-платформы	4	Персонализированная коммуникация, возможность автоматизации
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:			
Задание закрытого	Прочитайте	Установите правильную последовательность			
		А	Б	В	Г

типа на установление последовательности (Знать)	текст и установите последовательность	этапов разработки стратегии присутствия компании в социальных медиа. Этапы: 1. Анализ целевой аудитории и конкурентов; 2. Разработка контент-плана и календаря публикаций; 3. Определение целей и KPI присутствия в социальных сетях; 4. Выбор социальных платформ и форматов контента. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Рассчитайте оптимальный бюджет рекламной кампании в социальных сетях при следующих условиях: Ожидаемый охват: 50 000 человек. Стоимость за 1000 показов (CPM): 250 рублей. Желаемый CTR: 1,5%. Конверсия в целевое действие: 2%. Выберите правильный расчёт бюджета. Варианты ответов: 1. 12500 рублей; 2. 25000 рублей; 3. 15000 рублей; 4. 6250 рублей.				
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Определите правильное определение термина SMM (Social Media Marketing): Варианты ответов: 1. Процесс продвижения в социальных сетях через платную рекламу; 2. Комплекс мероприятий по продвижению бренда в социальных медиа; 3. Только ведение сообществ и публикация контента; 4. Система автоматического постинга в социальных сетях.				
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления,	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Рассчитайте эффективность рекламной кампании в социальных сетях по следующим данным: Бюджет: 40 000 рублей. Кликов: 800. Конверсия в покупку: 5%. Средний чек: 2 000 рублей. Выберите два верных утверждения об эффективности данной рекламной кампании. Варианты ответов: 1. ROI кампании составляет 120%; 2. Количество покупок равно 40;				

последовательности) (Уметь)		3. Доход от кампании составил 80000 рублей; 4. Количество покупок составит 50.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Выберите верные определения термина таргетинг: Варианты ответов: 1. Процесс настройки рекламы на определённую аудиторию; 2. Метод автоматического постинга контента; 3. Система отбора потенциальных клиентов по заданным параметрам; 4. Технология анализа поведения пользователей.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Приведите три главных Коммуникационных инструмента интернет-среды

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

Знать: отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.

Уметь: использовать поисковые системы интернета; использовать технологии поисково-контекстной рекламы; использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; конвертировать файлы в нужные форматы; использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; размещать рекламные материалы в социальных медиа; разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; определять эффективные офферы; создавать оригинальные и стильные логотипы; составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; создавать оригинальные, современные по стилю сайты; использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; повышать информационную наглядность сайтов; создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; доводить информацию заказчика до ЦА; использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.

Практический опыт: определения структуры и базовых принципов рекламного сообщения; реализации рекламной кампании в сети Интернет.

Тип задания	Инструкция	Пример задания			
Задание закрытого типа на установление соответствия (Знать)	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между описанными ситуациями и их характеристиками. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца			
		Ситуация		Характеристика	
		А	Пользователь вводит в поисковую строку запрос «купить ноутбук»	1	Система показывает объявления пользователям, которые ранее посещали сайт компании
		Б	Рекламодатель настраивает	2	Алгоритм анализирует

			рекламную кампанию в Google Ads		содержание страниц и их соответствие запросу пользователя						
		В	Поисковая система ранжирует сайты по релевантности	3	Пользователь получает результаты поиска с органической выдачей и рекламными объявлениями						
		Г	Компания использует ремаркетинг для рекламы своих товаров	4	Рекламодатель выбирает ключевые слова, аудиторию и бюджет рекламной кампании						
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:									
		<table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				А	Б	В	Г		
А	Б	В	Г								
Задание закрытого типа на установление соответствия (Уметь)	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между описанными ситуациями и их характеристиками. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца									
		Ситуация		Характеристики							
		А	Рекламодатель создает баннерную рекламную кампанию	1	Анализ и корректировка ставок, CTR и стоимости клика на основе собранных данных						
		Б	Настройка ретаргетинга для медийной рекламы	2	Создание графических материалов, выбор площадок размещения и настройка таргетинга						
		В	Оптимизация рекламной кампании по показам	3	Настройка показа рекламы пользователям, которые уже взаимодействовали с сайтом						
		Г	Настройка поведенческого таргетинга	4	Определение интересов, поведения и демографических характеристик целевой аудитории						
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:									
<table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Д</td></tr></table>				А	Б	В	Д				
А	Б	В	Д								

Задание закрытого типа на установление последовательности (Знать)	Прочитайте текст и установите последовательность	Установите правильную последовательность действий при анализе эффективности рекламной кампании с использованием профессиональных сервисов. Этапы: 1. Анализ конверсии и ROI рекламной кампании; 2. Настройка целей и отслеживание метрик в системе веб-аналитики; 3. Сбор базовых статистических данных (показы, клики, CTR); 4. Определение KPI и ключевых показателей эффективности. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:			
Задание закрытого типа на установление последовательности (Уметь)	Прочитайте текст и установите последовательность	Установите правильную последовательность этапов работы над мультимедийным контентом в цифровой среде. Этапы: 1. Публикация готового материала на выбранной платформе; 2. Обработка и редактирование контента с помощью специализированного ПО; 3. Планирование и создание концепции материала; 4. Сбор и систематизация исходного материала. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:			
Задание закрытого типа на установление последовательности (Практический опыт)	Прочитайте текст и установите последовательность	Установите правильную последовательность действий при создании и запуске Telegram-канала для бизнеса. Варианты ответов: 1. Настройка оформления и контента канала; 2. Определение целевой аудитории и тематики; 3. Запуск первых публикаций и продвижение; 4. Создание канала и настройка технических параметров. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:			
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Компания планирует запустить рекламную кампанию в социальной сети. Бюджет ограничен, основная цель — привлечение новых клиентов. Какой из предложенных подходов будет наиболее эффективным с точки зрения достижения максимального охвата целевой аудитории при оптимальном использовании рекламного бюджета?			

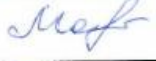
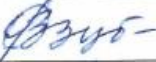
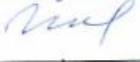
(из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Практический опыт)		Варианты ответов: 1. Размещение рекламы только в пиковые часы активности целевой аудитории с максимальной ставкой; 2. Равномерное распределение рекламного бюджета на протяжении всего дня с автоматической оптимизацией ставок; 3. Концентрация рекламного бюджета на выходных днях, когда пользователи более активны; 4. Размещение рекламы в случайное время с минимальной ставкой для экономии бюджета.
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Практический опыт)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Вы работаете над созданием мудборда для нового веб-проекта компании, специализирующейся на эко-продуктах. Необходимо выбрать базовый визуальный стиль, который будет отражать ценности бренда и привлекать целевую аудиторию. Какой из предложенных подходов к формированию мудборда будет наиболее эффективным для достижения поставленных целей? Варианты ответов: 1. Создание мудборда исключительно из готовых шаблонов веб-сайтов с добавлением фирменных элементов; 2. Составление мудборда на основе фотографий природы, органических форм и натуральных материалов с добавлением современных цифровых элементов; 3. Использование исключительно минималистичных геометрических форм и монохромной цветовой палитры; 4. Компиляция случайных визуальных элементов, популярных в текущем сезоне, без привязки к тематике бренда.
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Выберите наиболее точное определение понятия «эффективный оффер» в контексте интернет-маркетинга. Варианты ответов: 1. Любое рекламное предложение, которое размещается на популярных площадках в интернете; 2. Предложение, которое содержит только информацию о скидках и акциях компании; 3. Уникальное торговое предложение, которое четко формулирует выгоду для клиента и побуждает к целевому действию; 4. Рекламный текст, содержащий подробное описание всех характеристик продукта или услуги.

Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Выберите наиболее эффективный способ организации контент-плана для ведения корпоративного блога компании в социальных сетях. Варианты ответов: 1. Публикация постов по мере появления идей без чёткого планирования; 2. Создание контент-плана на месяц с распределением тем по дням недели и временем публикации; 3. Составление контент-плана только на неделю вперёд без учёта сезонности; 4. Использование случайного генератора тем для ежедневных публикаций.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Практический опыт)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Компания планирует оптимизировать расходы на коммуникацию в мессенджерах. Известно: Стоимость отправки 1 сообщения через бизнес-аккаунт: 5 руб. Среднее количество сообщений в день: 200 Количество рабочих дней в месяце: 22 Планируется внедрение чат-бота для автоматизации 40% коммуникаций Необходимо рассчитать экономическую эффективность внедрения чат-бота. Выберите два верных утверждения из предложенных. Варианты ответов: 1. Ежемесячная экономия составит 8800 рублей; 2. Текущие месячные расходы составляют 22000 рублей; 3. Автоматизация 40% коммуникаций сократит расходы на 4400 рублей в месяц; 4. Экономия в день составит 88 рублей.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Практический опыт)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Вы работаете SEO-специалистом и должны выбрать наиболее эффективные методы оптимизации для повышения позиций сайта в поисковой выдаче. Проанализируйте предложенные варианты и выберите два наиболее действенных подхода. Варианты ответов: 1. Оптимизация скорости загрузки страниц путем сжатия изображений, минификации CSS и JavaScript, использования CDN; 2. Массовая закупка ссылок на малопосещаемых сайтах для быстрого повышения ссылочного профиля; 3. Создание качественного контента с естественным включением ключевых слов и регулярной публикацией новых материалов; 4. Заполнение мета-тегов случайными

		ключевиками без учета контекста страницы для увеличения охвата запросов.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Выберите два верных утверждения о принципах работы с социальными медиа в рамках коммуникационной стратегии компании. Варианты ответов: 1. Контент в социальных медиа должен публиковаться только в рабочее время компании (с 9:00 до 18:00); 2. Успешная стратегия в социальных медиа предполагает регулярный анализ активности конкурентов; 3. Основной фокус должен быть направлен на максимальное количество публикаций, а не на их качество; 4. Важно выстраивать диалог с аудиторией через комментарии и личные сообщения.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Вы работаете графическим дизайнером в digital-агентстве. Необходимо выбрать два наиболее эффективных подхода к созданию макетов иллюстраций для публикации в социальных сетях. Проанализируйте предложенные варианты и выберите два правильных ответа. Параметры для анализа: - Соответствие формату социальных сетей. - Адаптивность под разные платформы. - Вовлеченность аудитории. - Эффективность передачи сообщения. Варианты ответов: 1. Создание универсальных макетов с фиксированным соотношением сторон 1:1 для всех платформ с центральным расположением главного элемента; 2. Разработка уникальных макетов под каждую социальную сеть с учетом её специфики и требований к формату; 3. Использование минималистичного дизайна с акцентом на один главный элемент и простыми геометрическими формами; 4. Создание перегруженных композиций с множеством деталей и элементов для привлечения внимания.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте определение термина «Фирменный стиль».
Задание открытого типа с развернутым	Прочитайте текст и запишите	Укажите 7 базовых принципов рекламного сообщения.

ответом (Уметь)	развернутый обоснованный ответ	
--------------------	--------------------------------------	--

10. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

№ п/п	Подразделение	Фамилия	Подпись	Дата
1	Кафедра ГЕМД	Е.П. Маскайкин		20.02.2024 г.
2	Кафедра МиУП	Е.В. Маскайкина		20.02.2024 г.
3	Кафедра экономики	О.В. Зубкова		20.02.2024 г.
4	Учебно-методический отдел	Н.С. Ульянова		20.02.2024 г.
5	Библиотека	Г.В. Шпакова		20.02.2024 г.