Нестеренко Ирина Юрьевна

Подписано цифровой подписью: Нестеренко Ирина Юрьевна
Дата: 2026.01.15 10:25:08 +05'00'

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

_____ О.В. Зубкова

« 25» марта 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

42.02.01 Реклама
(код профессии, специальности СПО)

Специалист по рекламе
(наименование квалификации)

Кафедра: Экономики

Разработчики программы:
Старший преподаватель кафедры экономики Г.А. Шафикова

Программа обсуждена на заседании кафедры экономики
протокол № 6 от «11» марта 2025 г.

Заведующий кафедрой экономики

_____ С.М. Осташевский

«11» марта 2025 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 7
5.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы 7
5.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины 9
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 9
8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 11
9.ПРОВЕРКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ 13
9. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ 38

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

Рабочая программа учебной дисциплины Цифровой маркетинг 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:

сформировать знания, навыки и компетенции, необходимые для организации эффективной деятельности, а также продвижения компаний и продуктов в цифровой среде.

Задачи изучения учебной дисциплины:

- рассмотреть сущность, каналы и технологии цифрового маркетинга;
- раскрыть сущность и технологии SEO;
- рассмотреть процесс управления контекстной рекламой в поисковых системах и партнерских сетях;
- проанализировать возможности WEB аналитики;
- рассмотреть сущность контентного маркетинга, бесплатное продвижение и таргетированную рекламу в социальных сетях;
- уточнить содержание и тенденции развития цифровой экономики и Big Data.

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

МДК.03.01 «Цифровой маркетинг» 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.3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.

Учебная дисциплина «Цифровой маркетинг» базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных студентами при изучении дисциплин МДК.01.02 «Маркетинг в рекламе», ОП.02 «Информационные технологии в профессиональной деятельности».

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 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

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

Таким образом, в результате изучения дисциплины обучающийся должен:

уметь:
У1 - Разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в инетернете;
У2 - запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности;
знать:
З1 - 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	***очная ФО 1г10м/2г10м***
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 3/5 сем.**

5.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала	Объем часов Очная ФО *1г10м/2г10м*	Компе-тенции	Уровень освоения
1	**2**	**3**	**5**	**6**
Раздел 1. Маркетинговые основы изучения интернет-рынка	**Содержание учебного материала**	36	ОК 1,2, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3	*2*
	Занятия лекционного типа Введение в DIGITAL-маркетинг. Сущность, понятие, особеннности и принципы DIGITAL-маркетинг в построении современной бизнес-концепции предприятия. Электронная коммерция. Состояние и тенденции развития интернет-фирм в России Интернет-рынок и его структура. Комплекс маркетинга 4Р для интернет-рынка Сегментирование рынка как основной этап цифрового маркетинга Особенности ведения товарной политики в Интернете. Информационные товары и интернет-товары. Товарная политика и товарные стратегии в Интернете Особенности ведения ценовой политики в Интернете. Цена и этапы ее формирования. Современные ценовые стратегии в Интернете. Модель ценообразования на интернет-рынке	12		
	Практические занятия Интернет-рынки Сегментация в Интернете Оценка товарной политики интернет-фирмы Способы повышения знаний о товаре, услуге или компании Бюджетное продвижение продукта Оценка ценовой конкуренции на интернет- площадках Методы ценообразования в Интернете .	14		
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы.	10		
Раздел 2. Особенности	**Содержание учебного материала**	56	ОК 1,2,	*2*

продвижения на различных интернет-площадках	**Занятия лекционного типа** Поисковое продвижение сайтов. Технологии привлечения посетителей на сайт Сайт как нструмент цифрового маркетинга. Вирусный маркетинг в Интернете Email-маркетинг Маркетинг в социальных сетях Интернет-реклама	12	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3	
	Практические занятия Блоги, сообщества, вики, социальные сети, Комплексные сервисы, карты, мессенджеры, почтовые рассылки, RSS Формирование лояльности и предпочтений целевой аудитории. Выбор целевой аудитории и каналов продвижения Email-маркетинг Разработка стратегии продвижения на основе цифровых технологий Связь стратегии цифрового маркетинга и разработки/модернизации сайта Аудит сайта. Формулирование целей цифрового маркетинга для компаний. Принципы управления поисковым маркетингом Анализ веб сайтов предприятий. Анализ эффективности e-mail рекламы Работа с пользователями в социальных сетях Разработка плана реклмной кампании в интернете Проектирование медиаплана в интернете Интернет- маркетинг и он- лайн реклама	32		
	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 «Цифровой маркетинг» 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. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – 2-е изд. – Москва : Директ-Медиа, 2025. – 240 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=723871 . – Библиогр.: с. 224. – ISBN 978-5-4499-5234-9. – DOI 10.23681/723871. – Текст : электронный

2. Лунева, Е. А. Цифровой маркетинг : учебное пособие : [16+] / Е. А. Лунева, Н. П. Реброва ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – Москва : Прометей, 2021. – 165 с. : схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612079 . – Библиогр.: с. 144-155. – ISBN 978-5-00172-088-1. – Текст : электронный.

3. Шевченко, Д. А. Основы современного маркетинга : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 614 с. : ил., табл., схем. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=709871 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05623-9. – Текст : электронный.

Дополнительная литература

4. Шевченко, Д. А. Стратегический маркетинг : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Изд. 2-е, испр. и доп. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2023. – 372 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL:

https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701347 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3744-5. – DOI 10.23681/701347. – Текст : электронный.

5. Инновационный маркетинг : учебник / И. А. Красюк, С. М. Крымов, Г. Г. Иванов, М. В. Кольган. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 170 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710077 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05283-5. – Текст : электронный.

6. Шевченко, Д. А. Маркетинг услуг : учебник для вузов : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 192 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=700362 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3613-4. – DOI 10.23681/700362. – 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. Цифровой маркетинг
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 Цифровой маркетинг 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. Понятийный аппарат цифрового маркетинга.

2. Содержание цифрового маркетинга и его отличия от Цифровой маркетинга.
3. Основные направления, каналы и технологии цифрового маркетинга, структура экосистемы российского цифрового маркетинга.
4. Особенности формирования комплекса диджитал-продвижения для предприятий разной специализации.
5. Принципы контекстной рекламы.
6. Ценообразование в контекстной рекламе.
7. Структура рекламного аккаунта.
8. Анализ эффективности рекламной кампании.
9. Последовательность создания рекламной кампании в Яндекс.Директ и Google AdWords.
10. Таргетированная реклама, принципы и виды таргетинга, логическое «и» и логическое «или».
11. Реклама в социальной сети «ВКонтакте», основные отличия.
12. Реклама в Facebook и Instagram, основные отличия.
13. Управление рекламой в Mytarget.
14. Каналы и особенности медийной рекламы: реклама на ТВ; реклама на радио; реклама в прессе (в печатной продукции); реклама в Интернете; наружная реклама; внутренняя реклама; реклама на транспорте.
15. Определение SEO, задачи.
16. Основные элементы поиска: поисковый робот, индексное хранилище и поисковый механизм.
17. Текстовая оптимизация, семантическое ядро и поисковые запросы.
18. Сниппет и его элементы, принципы написания мега тегов.
19. Технический аудит сайта, файл robots.txt, sitemap, склейка зеркал.
20. Понятие и составляющие веб-аналитики.
21. Интерфейсы и принципы работы Google Analytics и Яндекс Метрики.
22. Коллтрекинг.
23. Мониторинг социальных сетей.
24. A/B тестирование.
25. Большие данные и их основные характеристики (объем, скорость, многообразие, достоверность данных, ценность накопленной информации).
26. Источники больших данных,
27. Обработка и хранение больших данных в маркетинге.
28. Программные решения для работы с большими данными.
29. Задачи бизнеса в интернете
30. Методы и инструменты анализа и сегментации целевой аудитории.
31. Инструменты работы с целевой аудиторией по группам «Клиенты», «Целевые посетители», «Узнаваемость бренда», «Информирование целевой аудитории»: имиджевая рекламная кампания в Сети; баннерная реклама; SMO; SMM; Игры; «Вирусы».
32. Традиционные методы анализа конкурентов: прямые и косвенные методы исследования конкурентов, модель 5-сил М.Портера, Модель 4P (продукт, цена, продвижение на рынке, каналы сбыта) и др.
33. ABC-анализ конкурентов.
34. SEO-анализ конкурентов в коммерческих тематиках: контент, структура, ключевые слова, показатели, обратные ссылки.
35. Параметры оценки юзабилити сайта: простота использования, легкость запоминания, удовлетворенность пользователей качеством сайта, эффективность использования контента сайта, риск совершения ошибочного действия при использовании сайта.
36. Задачи проведения анализ юзабилити сайта.
37. Этапы анализа юзабилити сайта.
38. Социальные медиа как новая среда общения.

39. Задачи и функции маркетинга в социальных медиа.
40. Инструменты маркетинга в социальных медиа.
41. Управление маркетингом в социальных медиа.
42. SMART-маркетинг.
43. SEO - оптимизация. Преимущества и недостатки использования.
44. Лидогенерация. Основные принципы и методы привлечения клиентов в виртуальной среде.
45. Новые виды Цифровой маркетинга и лидогенерации.
46. Основные принципы и методы поддержки сайтов.
47. Электронная коммерция. Виды электронной коммерции.
48. Особенности выбора и типы целевых аудиторий в Интернете.
49. Внутренняя и внешняя оптимизация сайтов в Интернете.
50. Конкурс как инструмент лидогенерации.
51. Медийная и контекстная реклама. Сущность, цели, применение.
52. Сайты. Виды, юзабилити сайтов и приложений
53. Понятия сплит- и мультивариантного тестирований, сегментирования и когортного анализа.
54. Фронтенд. Сущность, цели, виды, применение.
55. Подписная страница. Сущность, цели, виды, применение.
56. Формы продаж в Интернете.
57. Основные виды рекламных носителей в Интернете.
58. Отзывы как инструмент продвижения компании в Интернете.
59. Социальные сети в лидогенерации. Определение, цели, применение.
60. Конференции, семинары, тематические форумы.
61. Партнерский маркетинг. Сущность, цели, применение.
62. Управление мнением сообществ в социальных сетях.
63. Интернет-магазины. Сущность, цели, типы, применение.
64. Электронные платежные системы. Сущность, цели, виды, применение.
65. Современные технологии в электронном бизнесе.
66. Показатели эффективности деятельности компании в SMM.
67. Коммуникационная стратегия в социальных сетях. Задачи, контент-план, реализация.
68. Контент сайта.
69. Доменное имя сайта.
70. Поисковые системы. Принципы функционирования.
71. Регистрация сайта в поисковой системе, каталоге.
72. Оптимизация под поисковые системы.
73. SEO-копирайтинг.
74. Контекстная реклама.
75. Интернет-новости. Виды. Структура. Требования написания интернет-новостей.
76. Баннерная реклама.
77. Размещение баннера в сети.
78. SMM.
79. Разработка SMM-стратегии.
80. PR-мероприятия в сети Интернет.
81. Рекламная и PR-компания в сети Интернет.

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 удается 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).

<table>
<tr><th>Тип задания</th><th>Инструкция</th><th>Пример задания</th></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление соответствия (Знать)</td><td>Прочитайте текст и установите соответствие</td><td>Установите соответствие между ситуациями в цифровом маркетинге и методами их решения.
К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца
<table>
<tr><th colspan="2">Ситуации</th><th colspan="2">Методы решения</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Низкая конверсия рекламного объявления</td><td>1</td><td>Оптимизация таргетинга и креативов</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Отсутствие роста подписчиков в социальных сетях</td><td>2</td><td>Анализ и улучшение качества контента</td></tr>
<tr><td>В</td><td>Низкий охват контент-постов</td><td>3</td><td>Корректировка стратегии продвижения</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Высокая стоимость привлечения клиента</td><td>4</td><td>Пересмотр рекламного бюджета и каналов</td></tr>
</table>
Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:
<table>
<tr><th>А</th><th>Б</th><th>В</th><th>Г</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление последовательности (Уметь)</td><td>Прочитайте текст и установите последо-вательность</td><td>Расположите в правильной последовательности этапы запуска рекламной кампании в digital-маркетинге.
Этапы:
1. Анализ результатов и корректировка кампании;
2. Разработка креативов и настройка таргетинга;
3. Определение целей и бюджета кампании;</td></tr>
</table>

		4. Составление медиаплана и распределение бюджета. 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	Компания планирует запустить рекламную кампанию в социальных сетях. Бюджет ограничен, необходимо выбрать наиболее эффективный инструмент для достижения цели — привлечения новых клиентов. Целевая аудитория — молодые люди 18-25 лет, активные пользователи социальных сетей. Какой инструмент цифрового маркетинга будет наиболее эффективным в данной ситуации? **Варианты ответов:** 1. Контекстная реклама в поисковых системах; 2. Таргетированная реклама в социальных сетях; 3. Email-маркетинг; 4. SEO-оптимизация сайта.
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 термин, который описывает процесс анализа и оптимизации рекламных кампаний. **Варианты ответов:** 1. Таргетинг; 2. Ретаргетинг; 3. Performance-маркетинг; 4. Контент-маркетинг.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Выберите все термины, относящиеся к оценке эффективности рекламы. **Варианты ответов:** 1. CTR (Click-Through Rate); 2. CPC (Cost Per Click); 3. A/B-тестирование; 4. KPI (Key Performance Indicators).
Задание комбинированного типа с выбором нескольких	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и	Выберите все термины, относящиеся к анализу проблем в digital-маркетинге **Варианты ответов:** 1. Диагностика

вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	2. Мониторинг 3. SMM-менеджмент 4. Аудит.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Перечислите и кратко охарактеризуйте 5 основных метрик эффективности email-маркетинга, которые необходимо отслеживать для оценки успешности кампаний.

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.

<table>
<tr><th>Тип задания</th><th>Инструкция</th><th>Пример задания</th></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление соответствия (Уметь)</td><td>Прочитайте текст и установите соответствие</td><td>Установите соответствие между цифровыми инструментами маркетинга и их основными функциями.
К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца
<table>
<tr><th colspan="2">Инструменты</th><th colspan="2">Функции</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Google Analytics</td><td>1</td><td>Управление социальными медиа, планирование публикаций, анализ эффективности</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Яндекс.Метрика</td><td>2</td><td>Анализ посещаемости сайта, поведения пользователей, источников трафика</td></tr>
<tr><td>В</td><td>SEMrush</td><td>3</td><td>Комплексный анализ SEO, отслеживание позиций, анализ конкурентов</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Hootsuite</td><td>4</td><td>Мониторинг посещаемости, анализ конверсий, веб-аналитика</td></tr>
</table>
Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:
<table>
<tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

		☐ ☐ ☐ ☐
Задание закрытого типа на установление последовательности (Знать)	Прочитайте текст и установите последо-вательность	Установите правильную последовательность этапов создания эффективной рекламной кампании в социальных сетях. **Этапы:** 1. Разработка креативов и текстов рекламных объявлений; 2. Определение целевой аудитории и выбор площадок; 3. Анализ результатов и оптимизация кампании; 4. Настройка таргетинга и параметров размещения. 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	Компания планирует запустить рекламную кампанию в digital-среде. Необходимо определить оптимальную последовательность действий для эффективного сбора и анализа данных о целевой аудитории. Какая из предложенных последовательностей действий является правильной? **Варианты ответов:** 1. Сбор данных → Анализ конкурентов → Сегментация аудитории → Создание портрета ЦА; 2. Анализ конкурентов → Сбор данных → Сегментация аудитории → Создание портрета ЦА; 3. Создание портрета ЦА → Сбор данных → Анализ конкурентов → Сегментация аудитории; 4. Сбор данных → Сегментация аудитории → Анализ конкурентов → Создание портрета ЦА.
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	Какой из перечисленных инструментов лучше всего подходит для комплексного анализа цифрового присутствия бренда и конкурентной разведки в digital-среде? **Варианты ответов:** 1. Google Analytics; 2. Ahrefs; 3. Яндекс.Метрика; 4. SimilarWeb.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы,	Маркетолог компании работает над проектом по улучшению онлайн-присутствия бренда. Необходимо определить, какие из перечисленных инструментов и методов наиболее эффективно помогут решить поставленные задачи: Увеличение органического трафика.

развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Уметь)	обосновывающие выбор ответов	Улучшение позиций в поисковых системах. Анализ поведения пользователей. Оптимизация рекламных кампаний. Выберите все правильные варианты **Варианты ответов:** 1. Google Analytics + SEMrush; 2. Яндекс.Метрика + MyTarget; 3. Ahrefs + Google Search Console; 4. SimilarWeb + Mailchimp.
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	Какие из российских цифровых инструментов и платформ наиболее эффективно помогают в сборе и анализе данных для принятия маркетинговых решений? Выберите два правильных ответа. **Варианты ответов:** 1. Яндекс.Метрика; 2. Google Analytics; 3. MyTarget; 4. СберАналитика.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте определение понятию «дашборд».

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.
Знать: типы рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; способы разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
Уметь: определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.
Практический опыт: аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.

<table>
<tr><th>Тип задания</th><th>Инструкция</th><th>Пример задания</th></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление соответствия (Знать)</td><td>Прочитайте текст и установите соответствие</td><td>Установите соответствие между типами рекламных стратегий и их характеристиками.
К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца
<table>
<tr><th colspan="2">Типы стратегий</th><th colspan="2">Характеристики стратегий</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Стратегия лидерства по цене</td><td>1</td><td>Создание сильного эмоционального образа бренда через сторителлинг и вовлечение аудитории</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Стратегия уникального торгового предложения</td><td>2</td><td>Акцент на конкретных преимуществах продукта, отсутствующих у конкурентов</td></tr>
<tr><td>В</td><td>Стратегия эмоционального позиционирования</td><td>3</td><td>Фокус на экономической выгоде для потребителя, специальных предложениях и скидках</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Стратегия позиционирования по выгоде</td><td>4</td><td>Демонстрация четких выгод и преимуществ использования продукта</td></tr>
</table>
Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:
<table>
<tr><th>А</th><th>Б</th><th>В</th><th>Г</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>Задание закрытого</td><td>Прочитайте</td><td>Установите соответствие между задачами</td></tr>
</table>

<table>
<tr>
<td>типа на установление соответствия (Уметь)</td>
<td>текст и установите соответствие</td>
<td>продвижения бренда в интернете и подходящими инструментами цифрового маркетинга.
К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца
<table>
<tr><th colspan="2">Задачи продвижения</th><th colspan="2">Основные цели</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Повышение узнаваемости бренда</td><td>1</td><td>Email-маркетинг и программы лояльности</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Увеличение конверсии на сайте</td><td>2</td><td>SEO-оптимизация и контекстная реклама</td></tr>
<tr><td>В</td><td>Привлечение целевой аудитории</td><td>3</td><td>Контент-маркетинг и социальные сети</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Работа с лояльностью клиентов</td><td>4</td><td>A/B-тестирование и оптимизация воронки продаж</td></tr>
</table>
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>
</td>
</tr>
<tr>
<td>Задание закрытого типа на установление последовательности (Знать)</td>
<td>Прочитайте текст и установите последо-вательность</td>
<td>Установите правильную последовательность этапов разработки рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет.
Этапы:
1. Анализ целевой аудитории и конкурентов;
2. Определение целей и KPI рекламной кампании;
3. Выбор каналов продвижения и инструментов;
4. Разработка креативной концепции и месседжей.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:
<table>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>
</td>
</tr>
<tr>
<td>Задание закрытого типа на установление последовательности (Уметь)</td>
<td>Прочитайте текст и установите последо-вательность</td>
<td>Установите правильную последовательность действий при разработке рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет.
Этапы:
1. Проведение SWOT-анализа текущей позиции бренда;
2. Разработка медиаплана и распределение бюджета;
3. Формулировка уникального торгового предложения (УТП);
4. Создание системы метрик и показателей эффективности.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:
<table>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>
</td>
</tr>
<tr>
<td>Задание закрытого</td>
<td>Прочитайте</td>
<td>Установите правильную последовательность</td>
</tr>
</table>

типа на установление последовательности (Практический опыт)	текст и установите последо-вательность	этапов аналитической работы при разработке стратегии интернет-продвижения**.** **Этапы:** 1. Анализ конкурентов и их маркетинговых активностей в сети; 2. Определение целей и задач продвижения; 3. Сбор и анализ данных о целевой аудитории; 4. Разработка системы KPI и метрик эффективности. 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) (Практический опыт)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Компания планирует запустить рекламную кампанию в социальных сетях с бюджетом 300000 рублей на месяц. Запланированные показатели: CTR — 2% Конверсия в лид — 5% Ожидаемый охват — 60000 человек Выберите вариант, который наиболее эффективно соответствует заданным показателям. **Варианты ответов:** 1. Клики: 1200, Лиды: 60; 2. Клики: 1500; Лиды: 75; 3. Клики: 1200; Лиды: 50; 4. Клики: 1300; Лиды: 65.
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	Интернет-магазин планирует запуск рекламной кампании. Определите оптимальный рекламный бюджет при следующих параметрах: Ожидаемый трафик: 100 000 посетителей Средний чек: 2 500 рублей Конверсия в покупку: 2% CPA (стоимость привлечения клиента): не более 150 рублей. **Варианты ответов:** 1. 300000 рублей 2. 450000 рублей 3. 350000 рублей 4. 500000 рублей
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров,	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Какой термин описывает стратегию продвижения бренда в интернете, основанную на создании и распространении ценного, релевантного и последовательного контента для привлечения и удержания четко определенной аудитории с целью превращения ее в клиентов? **Варианты ответов:** 1. Контент-маркетинг; 2. Email-маркетинг;

принципов) (Знать)		3. Вирусный маркетинг; 4. Нативный маркетинг.
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	Какой из перечисленных принципов является основополагающим при формировании эффективной стратегии цифрового маркетинга? **Варианты ответов:** 1. Использование максимально возможного количества каналов продвижения без учета специфики целевой аудитории; 2. Создание единого маркетингового сообщения, адаптированного под особенности каждого канала коммуникации; 3. Сосредоточение всех ресурсов на одном самом эффективном канале продвижения; 4. Применение стандартных маркетинговых решений без учета особенностей конкретного бизнеса.
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	Интернет-магазин электроники планирует рекламную кампанию с бюджетом 600 000 рублей на 3 месяца. Основные показатели: Ожидаемый трафик: 120000 посетителей Конверсия в покупку: 3% Средний чек: 8 000 рублей CPA: не более 200 рублей Какие из следующих утверждений верны для данной рекламной кампании? Выберите правильные ответы. **Варианты ответов:** 1. Ожидаемое количество покупок составит 3600 штук; 2. Общий доход от продаж составит 960 млн. рублей; 3. Планируемый CPA составит 166,67 рублей; 4. Общий доход от продаж составит 28,8 млн. рублей.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Практический	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Компания запускает рекламную кампанию в социальных сетях с бюджетом 400 000 рублей на месяц. Целевые показатели: Охват аудитории: 150 000 человек Показатель кликабельности (CTR): не менее 1,8% Какие из следующих утверждений верны для данной рекламной кампании? Выберите 2 правильных ответа из 4. Варианты ответов: 1. Ожидаемое количество кликов составит 2 700; 2.Ожидаемое количество кликов составит 5200; 3. Стоимость одного клика составит примерно 148,15 рублей;

опыт)		4. Стоимость одного клика составит примерно 108 рублей.
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	Какие из перечисленных терминов относятся к основным стратегиям контент-маркетинга в digital-среде? Выберите все правильные варианты **Варианты ответов:** 1. Нативный контент; 2. Вирусный маркетинг; 3. Email-маркетинг; 4. Инфлюенс-маркетинг.
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	Компания планирует запуск рекламной кампании в digital-среде. Определите, какие из перечисленных параметров являются критически важными при разработке стратегии продвижения? Выберите два правильных варианта. Варианты ответов: 1. Анализ целевой аудитории и её поведения в интернете; 2. Выбор конкретных социальных сетей для размещения рекламы; 3. Определение KPI и метрик эффективности кампании; 4. Создание креативной концепции рекламных материалов.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте определение термина «консистентность бренда».
Задание открытого типа с развернутым ответом (Уметь)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте определение термина «Нативная реклама».

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

Знать: возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; структуру брифа и требования к нему.

Уметь: подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; проверять рекламные материалы на

уникальность/оригинальность; представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; обеспечивать качественное функционирования сайта; писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; преобразовывать требования заказчика в бриф; учитывать мнение заказчика при планировании РК.

Практический опыт: подбора и использования оффера; разработки рекламной кампании в сети Интернет.

<table>
<tr><th>Тип задания</th><th>Инструкция</th><th>Пример задания</th></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление соответствия (Знать)</td><td>Прочитайте текст и установите соответствие</td><td>Установите соответствие между типами интернет-ресурсов и их основными возможностями для рекламирования товаров.
К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца
<table>
<tr><th colspan="2">Типы ресурсов</th><th colspan="2">Возможности рекламирования</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Социальные сети</td><td>1</td><td>Таргетированная реклама с возможностью точного подбора аудитории по демографическим и поведенческим характеристикам</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Поисковые системы</td><td>2</td><td>Персонализированная коммуникация с клиентами, отправка индивидуальных предложений</td></tr>
<tr><td>В</td><td>Email-рассылки</td><td>3</td><td>Размещение информационного контента и нативная реклама среди целевой аудитории</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Контентные площадки</td><td>4</td><td>Контекстная реклама и SEO-продвижение по ключевым запросам</td></tr>
</table>
Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:
<table>
<tr><th>А</th><th>Б</th><th>В</th><th>Г</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>Задание закрытого</td><td>Прочитайте</td><td>Установите соответствие между типами ключевых</td></tr>
</table>

<table>
<tr>
<td>типа на установление соответствия (Уметь)</td>
<td>текст и установите соответствие</td>
<td>слов и их характеристиками для поискового продвижения.
К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца
<table>
<tr><th colspan="2">Типы ключевых слов</th><th colspan="2">Характеристики</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Высокочастотные запросы</td><td>1</td><td>Точные запросы с конкретными намерениями, например «купить айфон 15 про макс 256gb черный»</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Среднечастотные запросы</td><td>2</td><td>Общие запросы с большим объемом поиска, например «смартфон»</td></tr>
<tr><td>В</td><td>Низкочастотные запросы</td><td>3</td><td>Запросы средней специфичности, например «смартфон apple»</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Длинный хвост запросов</td><td>4</td><td>Длинные и конкретные запросы, например «купить недорогой смартфон для пожилых людей с большой клавиатурой»</td></tr>
</table>
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>
</td>
</tr>
<tr>
<td>Задание закрытого типа на установление последовательности (Знать)</td>
<td>Прочитайте текст и установите последо-вательность</td>
<td>Расположите виды сайтов по степени сложности их разработки и реализации (от самого простого к самому сложному).
Этапы:
1. Лендинг (одностраничный сайт);
2. Портал с пользовательским контентом и форумами;
3. Интернет-магазин с каталогом товаров;
4. Корпоративный сайт с несколькими разделами.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:
<table>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>
</td>
</tr>
<tr>
<td>Задание закрытого типа на установление последовательности (Уметь)</td>
<td>Прочитайте текст и установите последо-вательность</td>
<td>Расположите методы обратной связи с целевой аудиторией в порядке снижения их эффективности (от наиболее эффективного к наименее эффективному).
Этапы:
1. Внедрение чат-бота с функцией быстрых ответов;
2. Размещение формы обратной связи на сайте;</td>
</tr>
</table>

		3. Создание системы персональных консультаций через видеосвязь; 4. Организация онлайн-опросов в социальных сетях. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: | | | | |
Задание закрытого типа на установление последовательности (Практический опыт)	Прочитайте текст и установите последо-вательность	Расположите этапы работы с оффером в правильной последовательности их выполнения. **Этапы:** 1. Тестирование и оптимизация оффера; 2. Анализ целевой аудитории и её потребностей; 3. Создание основного предложения и его формулировка; 4. Исследование конкурентов и их офферов. 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) (Практический опыт)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Дизайнер создает мокап рекламной баннеры для таргетированной рекламы в социальных сетях. Исходные параметры: Размер баннера: 1080×1080 пикселей Основной текст должен занимать 20% площади баннера Изображение продукта — 60% площади Призывающая к действию кнопка (CTA) — 15% площади Логотип и дополнительные элементы — 5% площади Дизайнер предлагает четыре варианта размещения элементов. Какой вариант соответствует оптимальным пропорциям и правилам композиции? **Вариант 1:** Текст: 25% площади Изображение: 55% площади CTA: 15% площади Логотип: 5% площади **Вариант 2:** Текст: 18% площади Изображение: 62% площади CTA: 15% площади Логотип: 5% площади **Вариант 3:** Текст: 20% площади Изображение: 60% площади CTA: 15% площади Логотип: 5% площади **Вариант 4:** Текст: 19% площади

		Изображение: 61% площади CTA: 14% площади Логотип: 6% площади
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	Веб-аналитик проводит аудит производительности сайта интернет-магазина. Основные показатели производительности: Время загрузки страницы: не более 3 секунд. Процент ошибок сервера: не более 1%. Конверсия: минимум 2,5%. Отказы (bounce rate): не более 40%. За последний месяц получены следующие данные: Среднее время загрузки: 2,8 секунды. Ошибки сервера: 0,8%. Конверсия: 2,3%. Отказы: 42%. Какое из следующих утверждений верно описывает текущее состояние сайта? Выберите один правильный ответ. **Варианты ответов:** 1. Сайт полностью соответствует всем показателям производительности; 2. Сайт не соответствует только показателю конверсии; 3. Сайт не соответствует показателям конверсии и отказов; 4. Сайт соответствует всем показателям, кроме времени загрузки.
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	Какой из перечисленных типов сайтов предназначен для предоставления исчерпывающей информации по определённой тематике и характеризуется высокой экспертность, регулярными обновлениями контента и активным взаимодействием с аудиторией? **Варианты ответов:** 1. Корпоративный сайт; 2. Портал; 3. Информационный сайт; 4. Лендинг.
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Какой из представленных принципов является основополагающим при написании эффективных рекламных текстов для digital-каналов? **Варианты ответов:** 1. Принцип «от общего к частному» — начинать текст с глобальных преимуществ, постепенно переходя к деталям; 2. Принцип AIDA — последовательное привлечение внимания, пробуждение интереса, формирование желания и призыв к действию;

(Уметь)		3. Принцип эмоционального воздействия — акцент на чувствах и переживаниях потребителя; 4. Принцип уникальности торгового предложения — акцент на отличительных характеристиках продукта.
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	Выберите два верных утверждения о роли и особенностях инфографики в цифровом маркетинге. **Варианты ответов:** 1. Инфографика неэффективна для объяснения сложных процессов – лучше использовать длинные текстовые описания. 2. Инфографика помогает быстро донести ключевую информацию за счёт визуальной наглядности и структурирования данных. 3. Инфографику не стоит размещать в соцсетях – она работает только на корпоративных сайтах. 4. Хорошо продуманная инфографика повышает вовлечённость и вероятность репостов в социальных сетях.
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	Выберите два верных утверждения о создании серии баннеров для рекламной кампании в социальных сетях. **Варианты ответов:** 1. Все баннеры в серии должны быть идентичны – это гарантирует узнаваемость бренда. 2. Баннеры в серии должны иметь единую стилистику (цвета, шрифты, композицию), но различаться ключевыми сообщениями или визуалами. 3. Для максимальной эффективности каждый баннер должен содержать максимально возможный объём текста, чтобы донести все детали продукта. 4. Серия баннеров должна демонстрировать разные аспекты продукта/услуги (преимущества, сценарии использования, акции), сохраняя общий визуальный код.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие из перечисленных характеристик относятся к основным преимуществам использования социальных сетей как рекламного канала? Выберите два верных ответа из четырёх. **Варианты ответов** 1. Возможность точечной настройки таргетинга на целевую аудиторию; 2. Гарантированная конверсия рекламных кампаний; 3. Низкая стоимость размещения рекламного контента; 4. Высокая вовлечённость и возможность прямого

(Знать)		взаимодействия с аудиторией.
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	Какие из перечисленных факторов являются ключевыми при разработке стратегии контент-маркетинга? Выберите два верных ответа из четырёх. **Варианты ответов:** 1.Регулярность публикаций и частота выхода контента; 2. Географическое расположение целевой аудитории; 3. Соответствие контента потребностям целевой аудитории; 4. Количество конкурентов в нише.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте определение термина «SSL-сертификат».
Задание открытого типа с развернутым ответом (Уметь)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте определение термина «CPA-оффер».

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.

<table>
<tr><th>Тип задания</th><th>Инструкция</th><th>Пример задания</th></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление соответствия (Знать)</td><td>Прочитайте текст и установите соответствие</td><td>Установите соответствие между типами поисковых запросов и их характеристиками.
К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца
<table>
<tr><th colspan="2">Ситуация</th><th colspan="2">Характеристика</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Информационные запросы</td><td>1</td><td>Запросы, направленные на поиск конкретного сайта или бренда (например: «ВКонтакте», «Wildberries»)</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

<table>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>
<table>
<tr><td>Б</td><td>Навигационные запросы</td><td>2</td><td>Запросы, связанные с покупкой, заказом или бронированием (например: «купить айфон», «заказать пиццу»)</td></tr>
<tr><td>В</td><td>Транзакционные запросы</td><td>3</td><td>Запросы, содержащие слова «как», «почему», «где», «когда» (например: «как приготовить борщ», «почему небо голубое»)</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Мультимедийные запросы</td><td>4</td><td>Запросы на поиск музыки, видео, изображений (например: «скачать песню», «смотреть фильм онлайн»)</td></tr>
</table>
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>
</td>
</tr>
<tr>
<td>Задание закрытого типа на установление соответствия (Уметь)</td>
<td>Прочитайте текст и установите соответствие</td>
<td>
Установите соответствие между форматами контекстно-медийной рекламы и их характеристиками.
К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца
<table>
<tr><td colspan="2">Пожелания заказчика</td><td colspan="2">Коммуникационные каналы</td></tr>
<tr><td>А</td><td>Баннерная реклама</td><td>1</td><td>Рекламные материалы, органично встроенные в контент площадки, которые не воспринимаются пользователями как реклама</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Реклама в социальных сетях</td><td>2</td><td>Визуальные объявления с текстом и графикой, размещаемые на различных площадках в соответствии с интересами пользователя</td></tr>
<tr><td>В</td><td>Нативная реклама</td><td>3</td><td>Рекламные ролики различной</td></tr>
</table>
</td>
</tr>
</table>

<table>
<tr><td></td><td></td><td>
<table>
<tr><td></td><td></td><td></td><td>длительности, размещаемые перед, во время или после видеоконтента</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Видеореклама</td><td>4</td><td>Рекламные посты и истории, таргетированные на конкретную аудиторию с возможностью прямого взаимодействия</td></tr>
</table>
Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:
<table>
<tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Д</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление последовательности (Знать)</td><td>Прочитайте текст и установите последо-вательность</td><td>Установите правильную последовательность этапов оценки эффективности рекламной кампании в интернете.
Этапы:
1. Определение ключевых показателей эффективности (KPI);
2. Сбор и анализ данных по выбранным метрикам;
3. Постановка целей рекламной кампании;
4. Формирование отчета и корректировка стратегии.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:
<table>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление последовательности (Уметь)</td><td>Прочитайте текст и установите последо-вательность</td><td>Установите правильную последовательность этапов создания и обработки рекламного материала с использованием цифровых инструментов.
Этапы:
1. Экспорт готового материала в требуемом формате;
2. Создание концепции и прототипа
3. Обработка и финальная доработка контента
4. Выбор инструментов и программного обеспечения

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:
<table>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление последовательности (Практический опыт)</td><td>Прочитайте текст и установите последо-вательность</td><td>Установите правильную последовательность действий при конвертации файла из одного формата в другой.
Этапы:
1. Проверка результата конвертации на соответствие требованиям;
2. Выбор подходящего конвертера или программного обеспечения;</td></tr>
</table>

		3. Загрузка исходного файла в конвертер; 4. Настройка параметров конвертации и выбор целевого формата. 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) (Практический опыт)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Компания планирует запустить рекламную кампанию в социальных сетях. Исходные данные: Ожидаемый CTR (Click-Through Rate) — 2%. Планируемое количество кликов — 5000. Стоимость за 1000 показов (CPM) — 400 рублей. Желаемый охват аудитории — 250000 человек. Какой общий бюджет потребуется для реализации рекламной кампании? Выберите один верный ответ. **Варианты ответов:** 1. 200 000 рублей; 2. 400 000 рублей; 3. 100 000 рублей; 4. 150 000 рублей.
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	Дизайнер создает мудборд для рекламной кампании. Параметры проекта: Мудборд размещается на формате A1 (841×594 мм) Каждый референс имеет размер 150×150 мм Между референсами требуется отступ 20 мм На мудборде должно поместиться максимальное количество референсов. Какое максимальное количество референсов можно разместить на мудборде? Выберите один верный ответ. **Варианты ответов:** 1. 12 референсов; 2. 16 референсов; 3. 14 референсов; 4. 10 референсов.
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Какой из представленных офферов является наиболее эффективным с точки зрения конверсионности и соответствия принципам создания продающих предложений? **Варианты ответов:** 1. «Купите наш продукт по выгодной цене!» 2. «Получите премиум-доступ к курсу по управлению временем со скидкой 50% + 3 бонуса в подарок. Старт через 24 часа!»; 3. «Наш продукт — лучший на рынке. Покупайте

(Знать)		прямо сейчас!»; 4. «Специальное предложение только для новых клиентов: первый месяц бесплатно».
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	Компания «Эко-Фуд» запускает линейку органических продуктов питания. Необходимо создать логотип, который будет отражать экологичность, натуральность и высокое качество продукции. Целевая аудитория — женщины 25–45 лет, заботящиеся о здоровом питании. Параметры для оценки логотипа: Соответствие концепции бренда. Узнаваемость и запоминаемость. Универсальность применения. Адаптивность под разные форматы. Эмоциональное воздействие. Выберите наиболее подходящий вариант логотипа из предложенных концепций и обоснуйте свой выбор: **Варианты ответов:** 1.Минималистичный логотип с изображением листа и первых букв названия компании. Цветовая гамма: зелёный и белый. 2.Детально проработанный логотип с изображением фермы, животных и овощей. Цветовая гамма: натуральные оттенки. 3. Абстрактный геометрический логотип с элементами природы. Цветовая гамма: пастельные тона. 4. Комбинированный логотип с рукописным шрифтом и изображением капли воды. Цветовая гамма: бирюзовый и зелёный.
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 SMM-специалистом в фитнес-клубе премиум-класса. Необходимо выбрать наиболее эффективные варианты текста для публикации в Telegram, которые помогут увеличить вовлеченность аудитории и привлечь новых клиентов. Целевая аудитория: женщины 25–40 лет, средний и высокий доход, заботящиеся о здоровье и внешнем виде. **Предложенные варианты текстов:** **Вариант 1:** «Хотите идеальную фигуру к лету? 🎯 Наш фитнес-клуб предлагает персональные тренировки с топовыми тренерами! ✨ Только до конца недели — пробное занятие за 500₽ вместо 2000₽ Запишитесь прямо сейчас! 📱 +7-XXX-XXX-XXXX #фитнес #спорт #здоровье» **Вариант 2:**

		«Каждое утро начинается с улыбки, когда ты в форме 💪 В нашем клубе: • Персональные программы тренировок • Профессиональные тренеры • Комфортная атмосфера • Современное оборудование Присоединяйтесь к нашей семье здоровых и счастливых людей! 📩 Для записи в директ» **Вариант 3:** «Знаете ли вы, что регулярные тренировки помогают: ◈ Снизить стресс ◈ Улучшить сон ◈ Повысить энергию ◈ Сжечь лишние калории А ещё это отличный способ познакомиться с интересными людьми! Хотите узнать, как мы помогаем нашим клиентам достигать целей? 👉 Ставьте ♡ и пишите в комментариях «Хочу программу тренировок» #здоровыйобразжизни #фитнесмотивация» **Вариант 4:** «🌟 Специальное предложение для новых клиентов! При покупке абонемента на 3 месяца — месяц в подарок 🎁 Что вы получаете: • Безлимитное посещение • Групповые занятия • Персональные консультации Успейте забронировать своё время! 📱 +7-XXX-XXX-XXXX»
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 в интернет-магазине электроники. Выберите два наиболее эффективных метода оптимизации сайта для повышения позиций в поисковой выдаче. **Варианты ответов:** 1. Оптимизация мета-тегов и заголовков страниц; 2. Увеличение количества всплывающих окон на сайте; 3. Создание качественного контента с ключевыми словами; 4. Покупка ссылок на сомнительных ресурсах

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 правильных утверждения о методах повышения информационной наглядности веб-сайтов. **Варианты ответов:** 1. Использование большого количества анимаций улучшает восприятие информации; 2. Применение визуальных иерархий и заголовков помогает структурировать контент; 3. Размещение текста сплошным блоком без разбивки на абзацы повышает читаемость; 4. Использование инфографики и схем упрощает понимание сложных данных.
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	Выберите два правильных утверждения о принципах создания качественных макетов иллюстраций для публикации в социальных сетях. **Варианты ответов:** 1. Использование слишком большого количества цветов улучшает визуальное восприятие; 2. Соблюдение единого стиля и брендбука компании повышает узнаваемость; 3. Размещение текста по центру всегда является оптимальным решением; 4. Адаптация макета под особенности каждой платформы увеличивает эффективность.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте определение термина «Мудборд».
Задание открытого типа с развернутым ответом (Уметь)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте определение термина «Референс».

10. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

№	Подразделение	Подпись	ФИО	Дата
1	Кафедра ГЕиМД		Е.П. Маскайкин	25.03.2025
2	Кафедра экономики		С.М. Осташевский	25.03.2025
3	Кафедра МиУП		Е.В. Маскайкина	25.03.2025
4	Учебно-методический отдел		Н.С. Ульянова	25.03.2025
5	Библиотека		Г.В. Шпакова	25.03.2025