

Распределение заданий по компетенциям и дисциплинам специальности 42.02.01 Реклама
для обучающихся на базе основного общего образования
(срок обучения 2 года 10 мес.)

Код компетенции	Наименование компетенции	Наименование индикаторов сформированности компетенций	Наименование дисциплины/модуля/практики	Семестр	Номер задания
Без компетенций		Знать	Русский язык	1,2	Задание 1,4,6,9,10,11
			Литература	1,2	Задание 12,13,14,16,17
			История	1,2	Задание 18,19,23
			География	1,2	Задание 24,25,28,29
			Математика	1,2	Задание 30,32,36
			Физическая культура	1,2	Задание 37,38,39,40,41
			Основы безопасности жизнедеятельности	1,2	Задание 44,46,
			Физика	1,2	Задание 52,55,57
			Химия	1,2	Задание 59,60,62,64
			Биология	1,2	Задание 65
			Обществознание	1,2	Задание 70,72,75,76
			Иностранный язык	1,2	Задание 78,81,83,85
			Информатика	1,2	Задание 87,89
			Индивидуальный проект: творческий	1,2	Задание 95,97,98,100
		Уметь	Русский язык	1,2	Задание 2,3,5,7,8
			Литература	1,2	Задание 15
			История	1,2	Задание 20,21,22
			География	1,2	Задание 26,27
			Математика	1,2	Задание 31,33,34,35
			Физическая культура	1,2	Задание 42,43
			Основы безопасности жизнедеятельности	1,2	Задание 45,47,48,49,50
			Физика	1,2	Задание 51,53,54,56
			Химия	1,2	Задание 58,61,63
			Биология	1,2	Задание 66,67,68,69
			Обществознание	1,2	Задание 71,73,74,77
			Иностранный язык	1,2	Задание 79,80,82,84,86
			Информатика	1,2	Задание 88,90,91,92, 93,94
			Индивидуальный проект: творческий	1,2	Задание 96,99

ОК 1	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	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)	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	3	
			Рекламная деятельность	3	Задание 107
			Поведенческая экономика	6	Задание 105
			Экономика организации	4	Задание 103
			Поведение потребителей	3	
			Маркетинг в рекламе	4	
			Производственная практика по ПМ.01	4	
			Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний	4	Задание 101
			Медиапланирование и медиабаинг	4	
			Цифровой маркетинг	5	Задание 114
			Коммуникационные инструменты интернет-среды	6	Задание 112
			Художественное проектирование рекламного продукта	5	Задание 111
			Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта	6	
			Производство рекламного продукта	6	Задание 113
	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	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	3	Задание 102	
		Рекламная деятельность	3		
		Поведенческая экономика	6		
		Экономика организации	4		
		Поведение потребителей	3	Задание 106	
		Маркетинг в рекламе	4	Задание 108	
		Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний	4		
		Медиапланирование и медиабаинг	4	Задание 110	
		Цифровой маркетинг	5		
		Коммуникационные инструменты интернет-среды	6		
		Художественное проектирование рекламного продукта	5		
		Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта	6	Задание 104	
		Производство рекламного продукта	6	Задание 109	
ОК 2	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач	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	Информационные технологии в профессиональной деятельности	3	Задание 118
			История экранных искусств	3	Задание 116, 128
			Рекламная деятельность	3	Задание 120
			Экономика организации	4	
			Статистика	5	Задание 122
			Поведение потребителей	3	
			Маркетинг в рекламе	4	

	профессиональной деятельности	современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний	4	
			Медиапланирование и медиабаинг	4	Задание 124
			Цифровой маркетинг	5	
			Коммуникационные инструменты интернет-среды	6	
	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		Информационные технологии в профессиональной деятельности	3	Задание 115
			История экранных искусств	3	
			Рекламная деятельность	3	
			Экономика организации	4	Задание 119, 123
			Статистика	5	
			Поведение потребителей	3	Задание 117
			Маркетинг в рекламе	4	Задание 121
			Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний	4	Задание 125
			Медиапланирование и медиабаинг	4	
			Цифровой маркетинг	5	Задание 126
			Коммуникационные инструменты интернет-среды	6	Задание 127
ОК 3	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Уметь: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования	Основы финансовой грамотности	3	Задание 136, 140
			Менеджмент	3	Задание 130, 134, 138
			Бизнес-планирование	5	
			Правовое обеспечение рекламной деятельности		
		Знать: содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты		5	Задание 132, 142
			Основы финансовой грамотности	3	Задание 131, 141
			Менеджмент	3	
			Бизнес-планирование	5	Задание 129, 133, 137
			Правовое обеспечение рекламной деятельности		
				5	Задание 135, 139
ОК 4	Эффективно	Уметь: организовывать работу коллектива и	Безопасность жизнедеятельности	3	Задание 144, 150

	взаимодействовать и работать в коллективе и команде	команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	Менеджмент	3	Задание 146, 152, 156
		Знать: психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности	Конфликтология	5	Задание 148, 154
			Безопасность жизнедеятельности	3	Задание 147, 151
			Менеджмент	3	Задание 143, 149, 153
			Конфликтология	5	Задание 145, 155
ОК 5	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Уметь: грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	Русский язык и культура речи	3	
			Копирайтинг	6	Задание 160, 168
			Основы теории коммуникаций	4	Задание 158, 164
			Художественное проектирование рекламного продукта	5	Задание 166
			Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта	6	Задание 162, 170
			Производство рекламного продукта	6	
		Знать: особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений	Русский язык и культура речи	3	Задание 157, 161
			Копирайтинг	6	Задание 165
			Основы теории коммуникаций	4	
			Художественное проектирование рекламного продукта	5	Задание 159
			Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта	6	Задание 167
			Производство рекламного продукта	6	Задание 163, 169
ОК 6	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	Уметь: описывать значимость своей специальности; применять стандарты антикоррупционного поведения	История России	3	Задание 182
			Психология рекламы	4	Задание 174, 176
			Правовое обеспечение рекламной деятельности	5	Задание 172, 180
			Основы теории коммуникаций	4	Задание 178, 184
		Знать: сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; значимость профессиональной деятельности по специальности; стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения	История России	3	Задание 171
			Психология рекламы	4	Задание 179, 183
			Правовое обеспечение рекламной деятельности	5	Задание 177, 181
			Основы теории коммуникаций		
				4	Задание 173, 175
ОК 7	Содействовать сохранению	Уметь: соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления	Безопасность жизнедеятельности	3	Задание 186, 188, 194, 198

	окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства; организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона	Основы бережливого производства	4	Задание 190, 192, 196
		Знать: правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности; пути обеспечения ресурсосбережения; принципы бережливого производства; основные направления изменения климатических условий региона	Безопасность жизнедеятельности	3	Задание 189, 191, 195
			Основы бережливого производства	4	Задание 185, 187, 193, 197
ОК 8	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	Уметь: использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей; применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности; пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности	Физическая культура	3,4	Задание 199, 201, 203, 204, 206
		Знать: роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; основы здорового образа жизни; условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности; средства профилактики перенапряжения	Физическая культура	3,4	Задание 200, 202, 205
ОК 9	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Уметь: понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	Иностранный язык в профессиональной деятельности	3,4	Задание 210, 214, 218
			Русский язык и культура речи	3	
			Художественное проектирование рекламного продукта	5	
			Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта	6	Задание 212, 216
		Знать: правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов,	Производство рекламного продукта	6	Задание 208
			Иностранный язык в профессиональной деятельности	3,4	
			Русский язык и культура речи	3	Задание 207, 211, 215
			Художественное проектирование рекламного продукта	5	Задание 209, 213, 220

		средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности;	Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта	6	Задание 219
			Производство рекламного продукта	6	Задание 217
ПК 1.1	Определять целевую аудиторию и целевые группы	Практический опыт: выявления основных и второстепенных конкурентов; проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.	Поведение потребителей	3	Задание 225, 226, 230
			Маркетинг в рекламе	4	Задание 227, 231
		Уметь: производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; анализировать каналы коммуникации в соответствии с характеристикам аудитории; доводить информацию заказчика до целевой аудитории; использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.	Поведение потребителей	3	
			Маркетинг в рекламе	4	Задание 222, 224, 229, 233, 235
		Знать: способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; аудиторию различных средств рекламы; формы и методов работы с аудиторией, мотивации труда; технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.	Поведение потребителей	3	Задание 221, 223, 228, 292, 234
			Маркетинг в рекламе	4	
ПК 1.2	Проводить анализ объема рынка	Практический опыт: проведения анализа рынка; проведения качественных аналитических исследований рынка; применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.	Маркетинг в рекламе	4	Задание 240, 241, 242, 245, 246
		Уметь: производить качественные аналитические исследования рынка.	Маркетинг в рекламе	4	Задание 237, 239, 244, 248, 250
		Знать: методы и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.	Маркетинг в рекламе	4	Задание 236, 238, 243, 247, 249,
ПК 1.3	Проводить анализ конкурентов	Практический опыт: выявления основных и второстепенных конкурентов; проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.	Маркетинг в рекламе	4	Задание 255, 256, 257, 260, 261
		Уметь: производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.	Маркетинг в рекламе	4	Задание 252, 254, 259, 263, 265

		Знать: отраслевую терминологию; методики и инструментов для проведения маркетингового исследования; структуру и алгоритма проведения исследований и требования к ним; основы маркетинга	Маркетинг в рекламе	4	Задание 251, 253, 258, 262, 264
ПК 1.4	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Практический опыт: определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; планирования системы маркетинговых коммуникаций; разработки стратегии маркетинговых коммуникаций	Поведение потребителей	3	Задание 270, 272, 275
			Маркетинг в рекламе	4	Задание 271, 276
		Уметь: преобразовывать требования заказчика в бриф	Поведение потребителей	3	Задание 267, 269
			Маркетинг в рекламе	4	Задание 274, 278, 280
		Знать: принципы выбора каналов коммуникации; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий; важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей	Поведение потребителей	3	Задание 266, 268, 277, 279
			Маркетинг в рекламе	4	Задание 273
ПК 2.1	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Практический опыт: планирования системы маркетинговых коммуникаций	Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний	4	Задание 285, 286, 290
			Медиапланирование и медиабаинг	4	Задание 287, 291
		Уметь: определять ключевые цели рекламной кампании; формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК; осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения; определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание; определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки; определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач; определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории); определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения; максимальной эффективности; учитывать мнение заказчика при планировании РК; использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций.	Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний	4	Задание 282
			Медиапланирование и медиабаинг	4	Задание 284, 289, 293
		Знать: методики рекламного планирования; инструменты рекламного планирования; систему	Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний	4	Задание 283, 288, 292

		маркетинговых коммуникаций; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; принципы выбора каналов коммуникации; аудиторию различных средств рекламы; отраслевую терминологию; формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций; принципы стратегического и оперативного планирования РК; виды запросов пользователей в поисковых системах интернета; особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; принципы функционирования современных социальных медиа; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.	Медиапланирование и медиабаинг		
				4	Задание 281, 294
ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	Практический опыт: разработки стратегии маркетинговых коммуникаций.	Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний	4	Задание 300, 302, 306
			Медиапланирование и медиабаинг	4	Задание 301, 305
		Уметь: составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; создавать план РК с учетом поставленных целей и задач; осуществлять медиапланирование; определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета; эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ; осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; преобразовывать требования заказчика в бриф; доводить информацию заказчика до ЦА; использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.	Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний	4	Задание 304, 308
			Медиапланирование и медиабаинг	4	Задание 297, 299, 310

		Знать: важность учета пожеланий заказчика при разработке, при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; логику и структуру плана рекламной кампании; логику и структуру медиаплана; структуру брифа и требования к нему; важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании.	Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний	4	Задание 296, 298, 309
			Медиапланирование и медиабаинг	4	Задание 303, 307
ПК 3.1	Разрабатывать стратегии 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	Цифровой маркетинг	5	Задание 315, 316, 317, 320, 321
		Уметь: определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет	Цифровой маркетинг	5	Задание 312, 314, 319, 323, 325
		Знать: типы рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; способы разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.	Цифровой маркетинг	5	Задание 311, 313, 318, 322, 324
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Практический опыт: подбора и использования оффера; разработки рекламной кампании в сети Интернет.	Цифровой маркетинг	5	Задание 330, 331, 332, 335, 336
		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 функционирование сайта; писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; преобразовывать требования заказчика в бриф; учитывать мнение заказчика при планировании РК.	Цифровой маркетинг	5	Задание 327, 329, 334, 338, 340

		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.	Цифровой маркетинг	5	Задание 326, 328, 333, 337, 339
ПК 3.3	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	Практический опыт: структуры и базовых принципов рекламного сообщения; реализации рекламной кампании в сети Интернет.	Цифровой маркетинг	5	Задание 345, 350
			Коммуникационные инструменты интернет-среды	6	Задание 346, 347, 351
		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	Цифровой маркетинг	5	Задание 355
			Коммуникационные инструменты интернет-среды	6	Задание 342, 344, 349, 353

		сети Интернет.			
		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.	Цифровой маркетинг	5	Задание 341, 343, 348, 352
			Коммуникационные инструменты интернет-среды	6	Задание 354
ПК 4.1	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	Практический опыт: подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); поиска и подбора оригинального нейма и слогана.	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	3	Задание 362, 365
			Рекламная деятельность	3	Задание 360, 361
			Художественное проектирование рекламного продукта	5	
			Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта	6	
			Производство рекламного продукта	6	Задание 366
		Уметь: использовать поисковые системы интернета; использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; доводить информацию заказчика до ЦА; использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	3	Задание 357
			Рекламная деятельность	3	Задание 368
			Художественное проектирование рекламного продукта	5	Задание 359, 370
			Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта	6	Задание 364
			Производство рекламного продукта	6	
		Знать: виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; отраслевую терминологию; требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; технологии воздействия на аудиторию с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	3	
			Рекламная деятельность	3	
			Художественное проектирование рекламного продукта	5	Задание 367
			Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта	6	Задание 358, 367
			Производство рекламного продукта		
				6	Задание 356, 363
ПК 4.2	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического	Практический опыт: определения оригинальной идеи для рекламной кампании; подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и	Художественное проектирование рекламного продукта	5	Задание 377
			Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта	6	Задание 376, 381
			Производство рекламного продукта	6	Задание 375, 380

	планирования рекламной коммуникационной компании	видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.			
		Уметь: использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.	Художественное проектирование рекламного продукта	5	Задание 379
			Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта	6	Задание 374, 385
			Производство рекламного продукта	6	Задание 372, 383
		Знать: отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании	Художественное проектирование рекламного продукта	5	Задание 373, 382, 384
			Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта	6	Задание 371
			Производство рекламного продукта	6	Задание 378
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	Практический опыт: оформления текстовых и графических документов; оформления рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.	Производство рекламного продукта	6	Задание 390, 391, 392, 395, 396
		Уметь: 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; подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; обеспечивать качественное функционирование сайта; писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; создавать графические материалы рекламного характера; находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; создавать оригинальные, современные по стилю сайты;	Производство рекламного продукта	6	Задание 387, 389, 394, 398, 400

		разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; повышать информационную наглядность сайтов; создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.			
		Знать: программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; технические средства создания визуального контента; возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; структуру брифа и требования к нему; важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.	Производство рекламного продукта		Задание 386, 388, 393, 397, 399