

1920

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Кубанский государственный университет»

Институт среднего профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института

\_\_\_\_\_  
«23» мая 2025 г. В.П. Хлопова



**Рабочая программа профессионального модуля**

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

42.02.01 Реклама

Краснодар 2025

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий разработана на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552 (зарегистрирован в Министерстве юстиции Российской Федерации 22.08.2023 № 74908)

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

Форма обучения очная  
2-3 курсы 3-6 семестры (в соответствии с РУП)

Всего часов 290, в том числе:

обязательная аудиторная учебная нагрузка	<u>192</u> часов;
самостоятельная работа	- часов;
консультации	-часов;
курсовые	-часов;
учебная и производственная практика	<u>72</u> часа;
форма итогового контроля	экзамен квалификационный

Составитель: преподаватель  Завгородняя Анастасия Николаевна  
подпись ФИО

Утверждена на заседании предметно-цикловой комиссии дисциплин направления Дизайн и Реклама

протокол № 11 от «20» мая 2025 г.

Председатель предметно-цикловой комиссии:

 Завгородняя А.Н.

«20» мая 2025 г.

Рецензент (-ы):

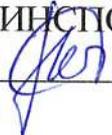
<p>Директор ООО Event PR агентство «Игры разума»</p>		<p>Полицук Владимир Владимирович</p>
<p>Директор ООО «Ок пресс»</p>		<p>Крайних Ирина Геннадьевна</p>

ЛИСТ

согласования рабочей программы профессионального модуля  
ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде  
Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

Специальность среднего профессионального образования  
42.02.01 Реклама

Зам. директора ИИСПО

 \_\_\_\_\_ *Е.И. Рыбалко*

подпись

«16» мая 2025 г.

Директор Научной библиотеки КубГУ

 \_\_\_\_\_ *М.А. Хуаде*

подпись

«13» мая 2025 г.

Лицо, ответственное за установку и эксплуатацию программно-  
информационного обеспечения образовательной программы

 \_\_\_\_\_ *И.В. Милюк*

подпись

«14» мая 2025 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	5
1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля.....	5
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по профессиональному модулю (перечень формируемых компетенций).....	5
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	8
2.1. Структура профессионального модуля .....	8
2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля .....	9
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	14
3.1. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по профессиональному модулю.....	14
3.2. Перечень необходимого программного обеспечения.....	14
3.3. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения профессионального модуля.....	15
3.3.1 Основная литература.....	15
3.3.2 Дополнительная литература.....	15
3.3.3 Нормативно-правовые документы.....	16
3.3.4 Периодические издания .....	17
3.3.5 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения модуля.....	18
4. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА.....	19
4.1. Кадровое обеспечение образовательного процесса.....	19
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) .....	19
6. ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ .....	20
7. ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ-ИНВАЛИДОВ И СТУДЕНТОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	20

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

### 1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

#### Перечень общих компетенций

<i>Код</i>	<i>Наименование общих компетенций</i>
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
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

#### Перечень профессиональных компетенций

<i>Код</i>	<i>Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций</i>
ВД 3	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
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.

### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по профессиональному модулю (перечень формируемых компетенций)

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет
	выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет

	постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.
	подбора и использования оффера
	разработки рекламной кампании в сети Интернет.
	структуры и базовых принципов рекламного сообщения
	реализации рекламной кампании в сети Интернет.
Уметь	определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет
	разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.
	подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения
	использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА
	проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность
	представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов
	обеспечивать качественное функционирование сайта
	писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп
	находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА
	разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет
	осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет
	преобразовывать требования заказчика в бриф
	учитывать мнение заказчика при планировании РК.
	использовать поисковые системы интернета
	использовать технологии поисково-контекстной рекламы
	использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы
	использовать специальные профессиональные сервисы для оценки 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.
Знать	типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет
	способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
	возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг
	виды сайтов, их возможности и варианты применения
	требования к качественному функционированию сайтов
	виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
	отраслевую терминологию
	важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет
	структуру брифа и требования к нему.
	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.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Всего	Обучение по МДК				Практики	
					В том числе				Учебная	Производственная
Лекционные занятия	Практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Промежуточная аттестация	10	11					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 3.1.- ПК 3.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09	Раздел 1. МДК. 03.01. Цифровой маркетинг	72	40	60	20	40	-	12		
ПК 3.1.- ПК 3.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09	Раздел 2. МДК. 03.02. Коммуникационные инструменты интернет- среды	140	66	132	66	66	-	8		
	Учебная практика	36	36						36	
	Производственная практика	36	36							36
	Промежуточная аттестация	<b>6</b>								
	<b>Всего:</b>	<b>290</b>							<b>36</b>	<b>36</b>

**Курсовые проекты (работы):** не предусмотрены

**Вид аттестации:** экзамен квалификационный

## 2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч		Код ПК, ОК
		Теоретическое обучение	Практические занятия	
<b>Раздел 1. МДК.03.01 Цифровой маркетинг</b>				
<b>Тема 1.1 Маркетинговые основы изучения интернет-рынка</b>	<b>Содержание</b>			ПК 3.1- ПК 3.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09
	Введение в DIGITAL-маркетинг. Сущность, понятие, особенности и принципы. DIGITAL-маркетинг в построении современной бизнес- концепции предприятия. Электронная коммерция. Состояние и тенденции развития интернет-фирм в России	2		
	Интернет-рынок и его структура. Комплекс маркетинга 4P для интернет-рынка	2		
	Сегментирование рынка как основной этап цифрового маркетинга	2		
	Особенности ведения товарной политики в Интернете. Информационные товары и интернет-товары. Товарная политика и товарные стратегии в Интернете	2		
	Особенности ведения ценовой политики в Интернете. Цена и этапы ее формирования. Современные ценовые стратегии в Интернете. Модель ценообразования на интернет-рынке	2		
	<b>В том числе практических занятий</b>			
	Практическое задание: Интернет-рынки		2	
	Практическое задание: Сегментация в Интернете			
	Практическое задание: Оценка товарной политики интернет-фирмы		2	
Практическое задание: Способы повышения знаний о товаре, услуге или компании		2		
Практическое задание: Бюджетное продвижение продукта				

	Практическое задание : Оценка ценовой конкуренции на интернет- площадках		2	
	Практическое задание : Методы ценообразования в Интернете .			
<b>Тема 1.2 Особенности продвижения на различных интернет- площадках</b>	<b>Содержание</b>			ПК 3.1- ПК 3.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09
	Поисковое продвижение сайтов. Технологии привлечения посетителей на сайт	2		
	Сайт как инструмент цифрового маркетинга.	2		
	Вирусный маркетинг в Интернете			
	Email-маркетинг	2		
	Маркетинг в социальных сетях	2		
	Интернет-реклама	2		
	<b>В том числе практических занятий</b>			
	Практическое задание: блоги, сообщества, вики, социальные сети,		2	
	Практическое задание: комплексные сервисы, карты, мессенджеры, почтовые рассылки, RSS		2	
	Практическое задание: Формирование лояльности и предпочтений целевой аудитории.		2	
	Практическое задание: Выбор целевой аудитории и каналов продвижения		2	
	Практическое задание: Email-маркетинг		2	
	Практическое задание: Разработка стратегии продвижения на основе цифровых технологий		2	
	Практическое задание: Связь стратегии цифрового маркетинга и разработки/модернизации сайта		2	
	Практическое задание: Аудит сайта.		2	
	Практическое задание: Формулирование целей цифрового маркетинга для компаний.		2	
	Практическое задание: Принципы управления поисковым маркетингом		2	
	Практическое задание: Анализ веб сайтов предприятий.		2	
	Практическое задание: Анализ эффективности e-mail рекламы		2	

	Практическое задание: Работа с пользователями в социальных сетях		2	
	Практическое задание: Разработка плана рекламной кампании в интернете		2	
	Практическое задание: Проектирование медиаплана в интернете		2	
	Практическое задание: Интернет-маркетинг и он-лайн реклама		2	
<b>Всего</b>			<b>60</b>	
<b>Раздел 2. МДК 03.02 Коммуникационные инструменты интернет- среды</b>				
<b>Тема 2.1. Основы цифровых коммуникаций</b>	<b>Содержание</b>			ПК 3.1- ПК 3.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09
	Основные понятия в сфере цифровой коммуникации. Коммуникационные каналы цифрового маркетинга. Маркетинговые коммуникации и продвижение товаров и услуг	30		
	Цели цифровых коммуникаций и их назначение			
	Интернет как основа развития цифровых коммуникаций			
	Технологии общения в интернете			
	Стратегии цифровой коммуникации в интернете			
	Основы создания цифровых ресурсов и обеспечение их функционирования в глобальной сети			
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>		24	
	Практическое задание: Мобильные платформы, мобильные устройства.		2	
	Практическое задание :Пользовательский контент.		4	
	Практическое задание : Характеристика видов электронных платежных систем		2	
	Практическое занятие: Анализ рекламы в интернете		4	
	Практическое занятие: Качество веб -ресурса		2	
	Практическое занятие: Блоги в сфере профессиональных коммуникаций		4	
	Практическое занятие: Приемы лидогенерации		2	
Практическое занятие: Технические возможности сервисов сбора статистики о		4		

	посетителях «Яндекс Метрика» и «GoogleAnalytics» Веб-аналитика необходима владельцу веб-ресурса			
<b>Тема 2.2. Виды и технологии цифровых коммуникаций</b>	<b>Содержание</b>			ПК 3.1-ПК 3.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09
	Информационные коммуникационные технологии, их классификация	36		
	Деловые коммуникации в цифровой среде			
	Межличностная интернет-коммуникация			
	Посадочная страница коммерческого сайта			
	Комплексное продвижение коммерческого сайта в сети интернет			
	Поисковое продвижение сайта. Способы привлечения посетителей из поисковых систем.			
	SEO– аудит сайта			
	Контекстная и таргетированная реклама. Поисковая оптимизация (SEO).			
	Медийная (юаннерная) реклама и инструменты ее автоматизации			
	RTB– технология интернет-рекламы			
	Продвижение компании с помощью SMM			
	Обзор популярных социальных сетей			
	Social Media Optimization (SMO)			
	Мониторинг социальных сетей и блогов			
	Новые цифровые технологии. Медиа-показатели эффективности.			
	Цифровой этикет			
<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>		42		
Практическое занятие: Создание баннерной интернет рекламы для предприятия торговли		2		
Практическое занятие: Создание баннерной интернет рекламы для промышленного предприятия		2		
Практическое занятие: Создание баннерной интернет рекламы для предприятия, оказывающего услуги		2		

Практическое занятие: Создание баннерной интернет рекламы для рекламного предприятия		2
Практическое занятие: Разработка макета сайта в программе Photoshop		1
Практическое занятие: Разработка сайта в конструкторе (Winx)		1
Практическое занятие: Разработка сайта в конструкторе (Tilda)		1
Практическое занятие: Разработка сайта в конструкторе (Canva)		1
Практическое занятие: Сравнительный анализ оптимизированных сайтов		2
Практическое занятие: Повышение коэффициента кликабельности сайта		1
Практическое занятие: Разработка приемов для увеличения привлекательности сайта для целевых клиентов		2
Практическое занятие: Дизайн веб-ресурсов		1
Практическое занятие: Создание макета электронной газеты		2
Практическое занятие: Разработка контекстной рекламы		2
Практическое занятие: Разработка таргетированной рекламы		2
Практическое занятие: Разработка таргетированной и контекстной рекламной кампании в системах Яндекс.Директ и Google Adword		2
Практическое занятие: «Популярные социальные сети в России»		1
Практическое занятие: Создание макета социальной интернет-рекламы		2
Практическое занятие: Создание рекламного письма почтовой рассылки		1
Практическое занятие: Разработка вирусной рекламы		2

	Практическое занятие: Настройка аудитории		2	
	Практическое занятие: Разработка дизайна формы для регистрации		2	
	Практическое занятие: Разработка интернет- каталога		1	
	Практическое занятие: Создание мобильного приложение		2	
	Практическое занятие: Адаптация мобильного приложения под веб- версию		2	
	Практическое занятие: Спам в Интернете		1	
<b>Всего</b>			<b>132</b>	

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

#### **3.1. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по профессиональному модулю**

Реализация образовательного процесса по профессиональному модулю осуществляется в специально оборудованном кабинете.

Оборудование учебного кабинета:

- специализированная мебель и системы хранения (доска классная, стол и стул учителя, столы и стулья ученические, шкафы для хранения учебных пособий, системы хранения таблиц и плакатов);
- технические средства обучения (рабочее место учителя: компьютер учителя, видеопроектор, экран, лицензионное ПО);
- демонстрационные учебно-наглядные пособия (комплект стендов).

#### **3.2. Перечень необходимого программного обеспечения**

- Операционная система Microsoft Windows 10;
- Пакет программ Microsoft Office Professional Plus;
- Система автоматизированного проектирования (САПР) NanoCad (данное программное обеспечение фирмой Нанософт распространяется бесплатно для учебных учреждений);
- GIMP – свободно распространяемый растровый графический редактор, используемый для создания и обработки растровой графики (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- Krita – свободно распространяемый растровый графический редактор, используемый для создания и обработки растровой графики (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- Inkscape – свободно распространяемый векторный графический редактор, используемый для создания и обработки векторной графики (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);

- 7-zip GNU Lesser General Public License (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- Интернет браузер Google Chrome (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- K-Lite Codec Pack — универсальный набор кодеков (кодировщиков-декодировщиков) и утилит для просмотра и обработки аудио- и видеофайлов (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- WinDjView – программа для просмотра файлов в формате DJV и DjVu (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно).

### **3.3. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения профессионального модуля**

#### **3.3.1. Основная литература**

##### **МДК 03.01 Цифровой маркетинг**

1. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебник для среднего профессионального образования / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 68 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18732-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568998>
2. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568394>
3. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. - 2-е изд., пересм. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2021. - 346 с. - ISBN 978-5-394-04250-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2082690>

##### **МДК 03.02 Коммуникационные инструменты интернет- среды**

1. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебник для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 185 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567391>
2. Старков, А. Н. Интернет-маркетинг и реклама : учебное пособие / А. Н. Старков, Е. В. Сторожева. — 2-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2023. — 64 с. — ISBN 978-5-9765-3698-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/348293>
3. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 3-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 182 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18905-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563912>

#### **3.3.2. Дополнительная литература**

##### **МДК 03.01 Цифровой маркетинг**

1. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебник для вузов / А. А. Малькевич. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17564-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563888>

## **МДК 03.02 Коммуникационные инструменты интернет- среды**

1. Душкина, М. Р. Связи с общественностью : учебник для среднего профессионального образования / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 255 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19025-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557157>

### **3.3.3. Нормативные правовые акты Российской Федерации**

#### **Кодексы**

1. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации : часть первая : ГК : текст с изменениями и дополнениями на 31 октября 2024 года : принят Государственной Думой 21 октября 1994 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. — Москва, 1997– . — Загл. с титул. экрана.
2. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации : часть вторая : ГК : текст с изменениями и дополнениями на 13 декабря 2024 года : принят Государственной Думой 22 октября 1995 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. — Москва, 1997– . — Загл. с титул. экрана.
3. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации : часть третья : ГК : текст с изменениями и дополнениями на 8 августа 2024 года : принят Государственной Думой 1 ноября 2001 года : одобрен Советом Федерации 14 ноября 2001 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. — Москва, 1997– . — Загл. с титул. экрана.
4. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации : часть четвертая : ГК : текст с изменениями и дополнениями на 22 июля 2024 года : принят Государственной Думой 24 ноября 2006 года : одобрен Советом Федерации 8 декабря 2006 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. — Москва, 1997– . — Загл. с титул. экрана.
5. Российская Федерация. Законы. Земельный кодекс Российской Федерации : ЗК : текст с изменениями и дополнениями на 20 марта 2025 года : принят Государственной Думой 28 сентября 2001 года : одобрен Советом Федерации 10 октября 2001 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. — Москва, 1997– . — Загл. с титул. экрана.

#### **Федеральные законы**

1. Российская Федерация. Законы. О защите конкуренции : Федеральный закон № 135-ФЗ : текст с изменениями и дополнениями от 14 октября 2024 года : принят Государственной Думой 8 июля 2006 года : одобрен Советом Федерации 14 июля 2006 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. — Москва, 1997– . — Загл. с титул. экрана.
2. Российская Федерация. Законы. О защите прав потребителей : Закон РФ № 2300-1 : текст с изменениями и дополнениями от 8 августа 2024 года : принят 7 февраля 1992 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. — Москва, 1997– . — Загл. с титул. экрана.
3. Российская Федерация. Законы. О рекламе : Федеральный закон № 38-ФЗ : текст с изменениями и дополнениями от 26 декабря 2024 года : принят Государственной Думой 22 февраля 2006 года : одобрен Советом Федерации 3 марта 2006 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. — Москва, 1997– . — Загл. с титул. экрана.
4. Российская Федерация. Законы. О средствах массовой информации : Закон РФ № 2124-1 : текст с изменениями и дополнениями от 23 ноября 2024 года : принят 27 декабря 1991 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. — Москва, 1997– . — Загл. с титул. экрана.
5. Российская Федерация. Законы. Об информации, информационных технологиях и о защите информации : Федеральный закон № 149-ФЗ : текст с изменениями и дополнениями от 23 ноября 2024 года : принят Государственной Думой 8 июля 2006 года : одобрен Советом Федерации 14 июля 2006 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. — Москва, 1997– . — Загл. с титул. экрана.

## **Нормативные правовые акты Правительства Российской Федерации**

1. О федеральном государственном контроле (надзоре) в сфере рекламы (вместе с "Положением о федеральном государственном контроле (надзоре) в сфере рекламы"): в редакции от 29 декабря 2021 года : Постановление Правительства Российской Федерации от 30 июня 2021 года № 1073 // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.
2. Об утверждении Положения о Федеральной антимонопольной службе : в редакции от 13 февраля 2025 года : Постановление Правительства Российской Федерации от 30 июня 2004 года № 331 // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.
3. Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе : в редакции от 7 мая 2022 года : Постановление Правительства Российской Федерации от 24 ноября 2020 года № 1922 // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

## **Нормативные правовые акты федеральных органов исполнительной власти**

1. Об утверждении перечня нормативных правовых актов в сфере организации деятельности средств массовой информации и распространения массовой информации, содержащих обязательные требования, подлежащих оценке применения в 2024 году : Приказ Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации от 23 ноября 2023 года № 1014 // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.
2. Об утверждении Порядка подтверждения соответствия национальной продукции средства массовой информации требованиям, установленным в Федеральном законе «О рекламе» : Приказ Федеральной антимонопольной службы от 1 июня 2015 года № 405/15 // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

## **Нормативные правовые акты Краснодарского края**

1. Градостроительный кодекс Краснодарского края : текст с изменениями и дополнениями от 13 февраля 2025 года : принят Законодательным Собранием Краснодарского края 16 июля 2008 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.
2. Об утверждении Порядка размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город Краснодар : в редакции от 28 января 2021 года : Решение городской Думы Краснодара от 25 апреля 2013 года № 47 п. 4 // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

## **Государственные стандарты**

1. ГОСТ Р 52044-2003. Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения : государственный стандарт : утвержден и введен в действие Постановлением Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 22 апреля 2003 г. № 124-ст : введен впервые : дата введения 2005–09–01 / разработан Государственным предприятием «РОСДОРНИИ», Главным управлением государственной инспекции безопасности дорожного движения Службы общественной безопасности Министерства внутренних дел России и Научно-исследовательским центром Государственной инспекции безопасности дорожного движения Министерства внутренних дел России // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

### **3.3.4. Периодические издания**

1. Маркетинг в России и за рубежом. – URL: <https://eivis.ru/browse/publication/18966>

### 3.3.5. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения профессионального модуля

#### Электронная библиотека Научной библиотеки КубГУ <http://megapro.kubsu.ru/MegaPro/Web>

Электронный каталог

Поступления литературы в библиотеки филиалов

Поступления диссертаций и авторефератов

Статьи из периодики и научных сборников с 2016 г.

Статьи из периодики и научных сборников до 2016 г.

Газеты и журналы

Электронная библиотека трудов ученых КубГУ

#### Электронно-библиотечные системы (ЭБС)

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru/>
2. ЭБС «Лань» <https://e.lanbook.com>
3. Образовательная платформа «Юрайт» <https://urait.ru/>
4. ЭБС «ZNANIUM» <https://znanium.ru/>
5. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
6. ЭБС ОИЦ «Академия» <https://academia-moscow.ru/elibrary/>

#### Профессиональные базы данных

1. Виртуальный читальный зал Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://ldiss.rsl.ru/>
2. Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>
3. Базы данных компании «ИВИС» <https://eivis.ru/>
4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
5. МИАН. Полнотекстовая коллекция математических журналов <http://www.mathnet.ru>
6. Полнотекстовая коллекция журналов на платформе РЦНИ (Электронные версии научных журналов РАН) <https://journals.rcsi.science/>
7. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prlib.ru/>
8. Электронная библиотечная система социо-гуманитарного знания «SOCHUM» <https://sochum.ru/>

#### Информационные справочные системы

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

#### Базы данных открытого доступа

1. КиберЛенинка <http://cyberleninka.ru/>
2. Лекториум ТВ - видеолекции ведущих лекторов России <http://www.lektorium.tv/>
3. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
4. Портал «Образование на русском»: Проект Государственного института русского языка им. А.С. Пушкина <https://pushkininstitute.ru/>
5. Справочно-информационный портал «Грамота.ру» <http://gramota.ru/>
6. Словари и энциклопедии на Академике <http://dic.academic.ru/>

#### Базы данных КубГУ

1. Открытая среда модульного динамического обучения КубГУ <https://openedu.kubsu.ru/>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://infoneeds.kubsu.ru/>

3. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>

## 4. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

### 4.1. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля.  
Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы, преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 5 лет.

## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– сформированность понимания логики и этапов подготовки рекламной кампании в интернете;</li> <li>– способность осуществлять планирование и реализацию рекламных проектов в цифровой среде.</li> </ul>	<p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– практических заданий аудиторных занятий,</li> <li>– видов работ учебной и производственной практики.</li> </ul> <p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена (квалификационного).</p>
ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-способность логично, последовательно и аргументированно высказывать свои предложения по планированию кампании и рассчитывать эффективность от ее проведения.</li> <li>–владение навыками проектирования коммуникационных кампаний в интернете.</li> </ul>	<p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– практических заданий аудиторных занятий,</li> <li>– видов работ учебной и производственной практики.</li> </ul> <p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена (квалификационного).</p>
ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга	<ul style="list-style-type: none"> <li>- владение методами и технологиями проведения рекламных интернет-кампаний;</li> <li>- владение современными методами оценки интернет-продвижения;</li> </ul>	<p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– практических заданий аудиторных занятий,</li> </ul>

в социальных сетях	– методами оптимизации интернет-ресурсов с целью привлечения большего числа интернет-клиентов.	– видов работ учебной и производственной практики. Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена (квалификационного).
--------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## **6. ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

Не предусмотрено.

## **7. ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ-ИНВАЛИДОВ И СТУДЕНТОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Порядок обучения инвалидов и студентов с ограниченными возможностями определен Положением КубГУ «Об обучении студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья».

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены образовательные технологии, учитывающие особенности и состояние здоровья таких лиц.

## **РЕЦЕНЗИЯ**

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

**42.02.01 Реклама**

**ИНСПО ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»**

Программа модуля по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки) очной формы обучения содержит четыре программы: МДК 03.01 Цифровой маркетинг; МДК 03.02 Коммуникационные инструменты интернет-среды; УП 03.01 Учебная практика; ПП 03.01 Производственная практика (по профилю специальности) и завершается экзаменом по профессиональному модулю ПМ.03, разработанных на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по указанному направлению, утвержденного Приказом Минпросвещения России от 21 июля 2023 г. № 552 (далее – ФГОС СПО)(зарегистрирован в Минюсте России 22.08.2023№74908).

Программа модуля определяет цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии обучения, а также методы оценки качества подготовки выпускников. Она включает цели и задачи, перечень компетенций, темы теоретических курсов и методические рекомендации по выполнению практических заданий. Такая структура способствует формированию знаний и развитию навыков в области проектной деятельности.

Для реализации компетентного подхода в обучении используются активные и интерактивные формы занятий, которые сочетаются с внеаудиторной работой. Это позволяет студентам развить профессиональные навыки и компетенции.

Анализ рабочих программ учебных дисциплин показывает их высокое качество и достаточный уровень методического обеспечения. Содержание дисциплин соответствует требованиям компетентностной модели выпускника.

Рабочая программа также включает информацию, необходимую для работы преподавателей, задания для практических и самостоятельных работ, средства текущего контроля успеваемости, а также учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

Распределение часов и трудоемкости между разделами программы позволяет эффективно использовать технические средства и оборудование, а также формировать необходимые знания и умения. Темы практических работ соответствуют требованиям подготовки специалистов по специальности 42.02.01 «Реклама».

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации включают оценку практических работ, письменный и устный контроль, написание рефератов и демонстрацию практических навыков.

В результате анализа можно сделать следующие выводы:

- Структура программы модуля ПМ.03 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в интернет-среде с использованием цифровых коммуникационных технологий» полностью соответствует требованиям ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама».
- Требования к содержанию, обновлению и реализации компетентностного подхода, а также созданию условий для всестороннего развития личности выполнены.
- Программа модуля и ее элементы соответствуют современному уровню развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы.

Таким образом, рассмотренная программа может быть эффективно использована для обучения студентов Института среднего профессионального образования Кубанского государственного университета по специальности 42.02.01 «Реклама» (базовая подготовка).

Директор ООО Event PR  
агентство «Игры разума»



В.В. Полищук

«20» май 2025 г.

## **РЕЦЕНЗИЯ**

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

**42.02.01 Реклама**

**ИНСПО ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»**

Программа модуля по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки) очной формы обучения содержит четыре программы: МДК 03.01 Цифровой маркетинг; МДК 03.02 Коммуникационные инструменты интернет- среды; УП 03.01 Учебная практика; ПП 03.01 Производственная практика (по профилю специальности) и завершается экзаменом по профессиональному модулю ПМ.03, разработанных на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по указанному направлению, утвержденного Приказом Минпросвещения России от 21 июля 2023 г. № 552 (далее – ФГОС СПО)(зарегистрирован в Минюсте России 22.08.2023 №74908).

Программа модуля регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данной специальности и включает в себя: цели, задачи, компетенции, тематику теоретического курса изучаемых дисциплин, тематику и методические указания по выполнению практических работ. Такая структура построения учебных предметов способствует формированию знаний о проектной деятельности, умений применять различные методы и формы организации художественно-конструкторской деятельности.

С целью реализации компетентного подхода при подготовке студентов предполагается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий, которые в сочетании с внеаудиторной работой позволяют сформировать и развить у студентов профессиональные навыки.

Оценка рабочих программ учебных дисциплин позволяет сделать вывод о высоком их качестве, и достаточном уровне методического обеспечения. Содержание дисциплин соответствует компетентной модели выпускника.

Помимо основного содержания рабочая программа включает необходимые сведения для работы преподавателя и задания для практических и самостоятельных работ, оценочные средства текущего контроля успеваемости, учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

Между разделами целесообразно проведено распределение количества часов и трудоемкости, что даёт возможность в полной мере использовать технические средства и оборудование, формирует необходимые знания и умения. Тематика практических работ соответствует требованиям подготовки выпускника по специальности 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа учебных дисциплин ПМ.03 является полным и адекватным отображением требований ФГОС СПО и образовательной программы. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины включают оценивание практических работ, письменный контроль, устный опрос, реферат и демонстрация практических навыков.

Подводя итоги рассмотрения, можно сделать следующие выводы.

Структура программы модуля ПМ.03 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» по специальности 42.02.01 Реклама полностью соответствует требованиям ФГОС СПО по данной специальности.

Требования к содержанию, обновлению, реализации компетентного подхода и созданию условий для всестороннего развития личности в целом выполнены. Программа модуля и ее отдельные элементы соответствуют современному уровню развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы, что обеспечивается соблюдением требований ФГОС СПО.

Рассмотренная программа безусловно может быть использована для обучения студентов Института среднего профессионального образования ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).

Директор ООО «Ок пресс»



И.Г. Крайних

« 20 » май 2025 г.