

## АННОТАЦИЯ ПМ.03 ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

#### **Область применения программы**

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01. Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности: «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий».

#### **Место учебной дисциплины в структуре ППССЗ**

Профессиональный модуль входит в профессиональный цикл ППССЗ

#### **Цели и требования к результатам освоения учебной дисциплины:**

Изучение профессионального модуля направлено на освоение основного вида деятельности Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

#### 1.3.1. Перечень общих компетенций

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
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 правовой и 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

иностранных языках

### 1.3.2. Перечень профессиональных компетенций

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
<b>ПК 3.1.</b>	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.
<b>ПК 3.2.</b>	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет
<b>ПК 3.3</b>	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях

1.3.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"><li>– выявления основных и второстепенных конкурентов;</li><li>– проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды;</li><li>– проведения качественных аналитических исследований рынка;</li><li>– выявления основных и второстепенных конкурентов;</li><li>– планирования системы маркетинговых коммуникаций;</li><li>– разработки стратегии маркетинговых коммуникаций;</li><li>– выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет;</li><li>– структуры и базовых принципов рекламного сообщения.</li></ul>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"><li>– производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;</li><li>– производить качественные аналитические исследования рынка;</li><li>– уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи;</li><li>– преобразовывать требования заказчика в бриф;</li><li>– определять ключевые цели рекламной кампании;</li><li>– разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг;</li><li>– использовать поисковые системы интернета.</li></ul>
Знать	<ul style="list-style-type: none"><li>– способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентно среды;</li><li>– методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития;</li><li>– методики и инструменты для проведения маркетингового исследования;</li><li>– важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей;</li><li>– методики рекламного планирования;</li><li>– важность учета пожеланий заказчика при разработке, при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей;</li><li>– типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.</li></ul>

**Количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объём часов</b>
Объём ОП учебной нагрузки обучающегося	230 часов
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	192 часов
самостоятельной работы обучающегося	2 часа

### **Форма контроля**

**Промежуточная аттестация** зачет с оценкой в 5 семестре, экзамен в 5 семестре