

КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИИ, МОДЕЛИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа профессионального модуля

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

Учебный план: №25-02-1-8
Код, наименование специальности, направленность: 42.02.01 Реклама,
Планирование рекламных кампаний и продвижение средствами
цифровых технологий

Квалификация выпускника: Специалист по рекламе
Уровень образования: Среднее профессиональное образование
Форма обучения: очная

План учебного процесса

Наименование части профессионального модуля	Форма контроля	академических часов								Семестр
		Трудоемкость модуля	Аудиторной нагрузки	Лекции, уроки	Практические занятия	Консультации	Курсовое проектирование	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация	
МДК.03.01 Методы интернет-продвижения	Контр. работа	100	86	26	56	4		14		3-4
МДК.03.02 Мультимедийные технологии	Контр. работа	158	142		138	4		16		3-4
УП.03.01 Учебная практика, Разработка рекламной кампании в интернете	Зачет с оценкой	72						72		4
ПМ.03. Эк Экзамен по модулю	Экзамен	6							6	4
Итого		336	228	26	194	8		102	6	

Рабочая программа профессионального модуля составлена в соответствии
с федеральным государственным образовательным стандартом среднего
профессионального образования по специальности
42.02.01 Реклама, утверждённым приказом
Минпросвещения России от **21.07.2023 N 552**

Составитель(и): Коняева А.С.
(Ф.И.О.)

Председатель
цикловой комиссии: _____
(Ф.И.О.)

СОГЛАСОВАНИЕ:

Директор колледжа: Леонов С.А.
(Ф.И.О.)

Методический отдел: Ястребова С.А.
(Ф.И.О. сотрудника отдела)

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

1.1 Место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы

Профессиональный модуль (ПМ) является частью профессионального модуля основной образовательной программы (ОП).

1.2. Цель и планируемые результаты освоения

В результате изучения ПМ обучающийся должен освоить основной вид (вид) деятельности (ВД) и соответствующие ему общие (ОК) и профессиональные компетенции (ПК).

1.2.1 Перечень компетенций

Код компетенций	Наименование компетенций
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ВД 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

1.2.2. Результаты обучения

Уметь	- проводить подготовительные работы для продвижения торговых марок в интернете; - создавать и размещать рекламные объявления в социальных сетях; - определять ключевые цели рекламной кампании; разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения в сети Интернет торговой марки, товаров, услуг; - использовать поисковые системы Интернета для продвижения рекламных продуктов; предлагать и разрабатывать рекламные идеи в разных форматах для разных объектов в сети Интернет; - использовать в процессе создания рекламных продуктов профессиональное фото-, видео-, звуковое и световое оборудование; - осуществлять фото-, видеосъемку, аудиозапись; - проводить подготовительные действия в процессе создания рекламных продуктов (предпродакшн); - осуществлять обработку и монтаж отснятого (записанного) материала; - использовать в процессе создания рекламных дизайн-продуктов соответствующее оборудование и программное обеспечение; - разрабатывать и размещать рекламные продукты в социальных сетях; - настраивать таргетированную и контекстную рекламу для привлечения пользователей в сети Интернет; - определять ключевые слова, отражающие потребность целевой аудитории и рекламного контента
Знать	- способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - методы и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития; - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; - средства цифровых коммуникационных технологий при разработке и планировании использования каналов, творческих стратегий и рекламных носителей для продвижения рекламных продуктов в сети Интернет; - типы рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; виды способов сбора данных; специфику функций маркетинга в сети Интернет; - стратегии для проведения рекламных кампаний; - настройки таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество; - методы интернет-продвижения рекламных продуктов в сети Интернет

Иметь практический опыт	- разработки стратегии маркетинговых коммуникаций и выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; - разработки концепции продвижения бренда; - разработки и размещения рекламных продуктов для контекстно-медийного продвижения торговых марок в среде Интернет
-------------------------	---

2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ

Наименование тем МДК и практик	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем в часах
1	2	3
МДК.03.01 Методы интернет-продвижения		100
Раздел 1. Стратегия продвижения бренда в сети Интернет		
Тема № 1.1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете	Содержание	28
	В том числе практических занятий	28
	Практическое занятие № 1. Создание и размещение рекламных объявлений в социальных сетях. Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории	4
	Практическое занятие № 2. Разработка концепции стратегии для поисковых систем	4
	Практическое занятие № 3. Разработка стратегии для проведения рекламной кампании	4
	Практическое занятие № 4. Настройка таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество. Кнопка Вступить	4
	Практическое занятие № 5. Разработка сегмента ЦА (отдельно для мужчин, отдельно для женщин) Подключить на сайт Яндекс. Метрику	4
	Практическое занятие № 6. Разработать концепцию продвижения личного бренда	4
	Практическое занятие № 7. Расчет стоимости перехода клиента. Формирование KPI	4
Текущий контроль – устный опрос		
Самостоятельная работа - поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории, поисковый аудит сайта, анализ контента на сайте, подготовка описания и ключевых слов, анализ рекламных форматов и каналов, анализ легенды, подготовка к контрольной работе		8
Консультации		2
Промежуточная аттестация по МДК – контрольная работа		2
Всего за семестр:		40
Тема № 1.2. Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного	Содержание	50
	Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз	2
	Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в интернете	2
	Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда	2
	Размещение контекстно-медийных объявлений в сети интернет	2
	Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз	2
	Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в интернете	2
	Реализация стратегии поискового продвижения в интернете	2

	Разработка текстовых и графических материалов по контекстно-медийной стратегии продвижения в интернете. SEO. РСЯ. Email-маркетинг	4
	Проведение работ по реализации стратегии продвижения в интернете	2
	Классификация рекламы. SMM. Каналы распространения email рассылки.	2
	Согласование показателей эффективности и бюджета продвижения с заказчиком. Системы управления интернет-рекламой	4
	В том числе практических занятий	24
	Практическое занятие №1. Составить бриф на разработку РК для таргетированной рекламы	4
	Практическое занятие №2. Создать контент стратегию для личного бренда	2
	Практическое занятие №3. Провести исследование системы вебаналитики. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс»	4
	Практическое занятие №4. Выявить более качественный инструмент в развитии сайта и онлайн-продвижения	4
	Практическое занятие №5. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс»	2
	Практическое занятие №6. Создать тематическое сообщество. Наполнить контентом.	2
	Практическое занятие №7. Определить влияние таргетированной рекламы на целевую аудиторию	2
	Практическое занятие № 8. Проанализировать, где лучше всего применяется email-маркетинг	2
	Практическое занятие №9. Собрать базу подписчиков при помощи email-маркетинга	2
Текущий контроль – устный опрос		
Самостоятельная работа - анализ общетематических социальных сетей, анализ блог-платформ, анализ профессиональных соцсетей, анализ рассылок соцсети, анализ коллабораций в создании инфопродуктов, подготовка к контрольной работе		6
Консультации		2
Промежуточная аттестация по МДК – контрольная работа		2
Всего за семестр:		60
МДК.03.02 Мультимедийные технологии		158
Раздел 2. Мультимедийные технологии		
Тема № 2.1. Техника фото и видео. Выбор и использование оборудования, инструментов и материала для создания фото- и видеопродукции	Содержание	26
	Роль фотографии и видео в рекламном бизнесе. Основные жанры фотографии. Жанры фотографии	
	В том числе практических занятий	26
	Практическое занятие №1. Цифровая камера. Устройство фотоаппарата и видеокамеры. Основные настройки	2
	Практическое занятие №2. Цифровая камера, сменные объективы и принадлежности для съемки. Характеристики объективов. Фокусировка. Трансфокация	2
	Практическое занятие №3. Основы экспонетрии. Экспозиционные параметры. Фокусное расстояние. Режимы съемки. Баланс белого	4
	Практическое занятие №4. Студийное оборудование и устройства. Виды источников света: постоянный и импульсный. Светоформирующие насадки. Техническая поддержка и безопасность. Платформы. Системы поддерживающих штоков. Штатив. Фильтры	4

	Практическое занятие №5. Устройство фотоаппарата. Объективы	4
	Практическое занятие № 6. Основы экспонетрии	4
	Практическое занятие № 7. Основы экспонетрии	4
	Практическое занятие № 8. Баланс белого	2
Тема № 2.2. Техника фото и видео. Цвет, свет и освещение	Содержание	4
	В том числе практических занятий	4
	Практическое занятие № 9. Понятие эмоции цвета	2
	Практическое занятие №10. Встроенная и беспроводная вспышки	2
	<i>Текущий контроль – устный опрос</i>	
Тема № 2.3. Технология фото и видео. Общие. Основы композиции кадра	Содержание	8
	В том числе практических занятий	8
	Практическое занятие №11. Принцип целостности. Равновесие. Ритм. Перспективы. Пропорции изобразительной поверхности. Горизонт. Диагонали, их направления. Правило третей и золотое сечение	2
	<i>Текущий контроль – устный опрос</i>	
	Практическое занятие №12. Работа с фоном. Форматы кадра	2
	Практическое занятие №13. Съемка пейзажа. Особенности. Штатив. Фильтры	2
	Практическое занятие №14. Репортажная фотосъемка. Особенности репортажной фотосъемки. Эмоциональное и смысловое содержание кадра. Этические моменты. Приемы и техника репортажной фотосъемки	2
	Практическое занятие № 15. Основы композиции кадра	2
Тема № 2.4. Технология рекламной фотографии	Содержание	8
	В том числе практических занятий	8
	Практическое занятие №16. Работа в Adobe Photoshop. Базовые приемы обработки изображения. Написание сценариев обработки снимка	2
	Практическое занятие №17. 9Основы редактирования цифрового изображения. Форматы файла. Преимущества и недостатки. Съемка в формате RAW	2
	Практическое занятие №18. Разработка сценария рекламной фотосъемки	2
	Практическое занятие №19. Разовые приемы обработки изображения. Написание сценария обработки снимка	2
	<i>Текущий контроль – устный опрос</i>	
Тема № 2.5. Предметная фотосъемка	Содержание	12
	В том числе практических занятий	12
	Практическое занятие №20. Особенности съемка при естественном освещении. Макросъемка. Композиционное построение кадра. Световые акценты. Выявление текстуры. Фактура. Настроение	2
	Практическое занятие №21. Особенности съемки при искусственном освещении. Определение назначения конечного результата. Обсуждение рекламного замысла. Подготовка к съемке. Подбор реквизита. Композиционное построение кадра. Световые акценты. Выявление текстуры. Фактура. Настроение	2
	Практическое занятие №22. Особенности съемки бликующих предметов. Закон отражения. Использование лайт-куба	2
	Практическое занятие №23. Съемка предмета при естественном освещении	2
	Практическое занятие №24. Получение яркого светотеневого рисунка предмета при искусственном освещении	2

	Практическое занятие №25. Съёмка бликующих предметов	2
Текущий контроль - экспертное наблюдение выполнения практических работ		
Самостоятельная работа - анализ результатов отснятого материала. Определение зависимости экспозиционных параметров. Отбор любимых фотоснимков. Анализ одинаковых снимков в ч\б и цвете. Анализ и отбор лучших снимков. Оформление (обработка) согласно заданию. Деликатная корректировка снимка согласно заданию		8
Консультации		2
Промежуточная аттестация по МДК – контрольная работа		2
Всего за семестр:		70
Тема № 2.5. (продолжение) Технология рекламной фотографии. Предметная фотосъемка	Содержание	8
	В том числе практических занятий	8
	Практическое занятие №26. Food-фотография. Стилистика. Особенности психологической подачи. Роль и особенности подготовки к съёмке. Варианты подачи материала. Техника безопасности для оборудования	4
	Практическое занятие №27. Создание абстракции. Монтаж фотографии	4
Тема № 2.6. Портретная фотосъемка	Содержание	12
	В том числе практических занятий	12
	Практическое занятие №28. Фотосъемка моделей одежды. Знакомство с коллекцией, обсуждение творческого замысла, выбор места проведения съёмок. Подбор моделей и реквизита для съёмок. Техника подачи позы. Дополнительные эффекты	2
	Практическое занятие №29. Работа в Adobe Photoshop: обработка фотографии, убираем муар	2
	Практическое занятие №30. Портретная съёмка «Ракурсы»	2
	Практическое занятие №31. Портретная съёмка по образцу	2
	Практическое занятие №32. Модельная съёмка с использованием цветных фильтров	4
Текущий контроль - экспертное наблюдение выполнения практических работ		
Тема № 2.7. Архитектурная съёмка	Содержание	4
	В том числе практических занятий	4
	Практическое занятие №33. Работа в Adobe Photoshop: Корректировка с оптического искажения объектов	2
	Практическое занятие №34. Съёмка интерьера	2
Тема № 2.8. Технология рекламной видеопроизводства	Содержание	12
	В том числе практических занятий	12
	Практическое занятие № 35. Создание сценария с учетом выбранной технологии и темы. Творческий замысел и его реализация. Драматургия рекламного ролика. Композиционные варианты. Виды сюжетов	2
	Практическое занятие № 36. Создание сценария с учетом выбранной технологии и темы. Творческий замысел и его реализация. Литературный сценарий. Стили речи. Режиссерский сценарий. Разработка визуального и звукового решения	2
	Практическое занятие № 37. Варианты видеопроизводства	2
	Практическое занятие №38. Композиционные варианты и виды сюжетов	2
	Практическое занятие №39. Съёмка видеоролика по референсу	2
	Практическое занятие №40. Создание литературного и режиссерского сценария по готовому ролику	2
Текущий контроль - экспертное наблюдение выполнения практических работ		

Тема № 2.9. Съёмочный и монтажный кадр	Содержание	4
	В том числе практических занятий	4
	Практическое занятие №41. Планы по степени крупности	2
	Практическое занятие №42. Монтаж по направлению движения. Монтаж по фазе движения. Монтаж по скорости движения. Монтаж по свету и цвету	2
Тема № 2.10. Съёмка диалога	Содержание	4
	В том числе практических занятий	4
	Практическое занятие №43. Видеосъёмка диалога по правилу «восьмерки»	4
Тема № 2.11. Динамичная съёмка	Содержание	4
	В том числе практических занятий	4
	Практическое занятие №44. Динамичная видеосъёмка	4
Текущий контроль - экспертное наблюдение выполнения практических работ		
Тема № 2.12. Видеомонтаж и кодирование видеопродукции	Содержание	24
	В том числе практических занятий	24
	Практическое занятие №45. Запуск программы по видеомонтажу. Интерфейс. Импорт клипов. Проект, бин, клип. Создание секвенции. Сохранение проекта. Рендеринг. Экспортирование	4
	Практическое занятие №46. Инструменты для редактирования. "Видеопереходы", "Эффекты". Работа со скоростью, со звуком. Цветокоррекция. Титры: статичные и бегущие. Разрешение титров	4
	Практическое занятие №47. Компьютерный монтаж. Создание визуальной части ролика. Комфортный монтаж по движению	4
	Практическое занятие №48. Компьютерный монтаж. «Видеопереходы» и эффекты. Работа со скоростью	4
	Практическое занятие №49. Компьютерный монтаж. Работа со звуком. Создание звуковой ямки	4
	Практическое занятие №50. Компьютерный монтаж. Создание статичных и бегущих титров	4
Тема № 2.13. Организация рекламной видеосъёмки	Содержание	4
	В том числе практических занятий	4
	Практическое занятие №51. Бюджет и организация видеосъёмки	4
Текущий контроль - экспертное наблюдение выполнения практических работ		
Самостоятельная работа - создание комбинированного изображения в Adobe Photoshop. Анализ отснятых кадров и отбор лучших. Изменение размера. Поиск примеров рекламной роликов различных композиционных вариантов и сюжетов. Поиск роликов-референсов. Разработка сценария динамичной съёмки согласно заданию		8
Консультации		2
Промежуточная аттестация по МДК – контрольная работа		2
Всего за семестр:		88
Практики	УП.03.01 Учебная практика, Разработка рекламной кампании в интернете	72
	Промежуточная аттестация – зачет с оценкой	
Промежуточная аттестация по ПМ – экзамен по модулю		6
Всего:		336

3. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПО ПМ.03 (не предусмотрено по УП)

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

4.1. Для реализации программы должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинеты «Цифровых коммуникационных технологий», оснащенный учебным, лабораторным, специализированным оборудованием, вычислительной техникой, необходимым комплектом программного обеспечения и информационно-образовательными ресурсами

«Фото- и видео лаборатория», оснащенная учебным оборудованием, в том числе мебелью для хранения оборудования, вычислительной техникой с необходимым программным обеспечением, фото- и видео студийным оборудованием и инструментами, вспомогательными материалами.

4.2. Информационное обеспечение реализации программы

4.2.1 Учебная литература

а) основная

1. Блюм М.А. Маркетинг рекламы / М.А. Блюм, Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова. - Москва : Форум, 2019. - 144 с. - ISBN 978-5-00091-692-6. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/361357/reading> - Текст: электронный.
2. Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг: учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — 2-е изд. — Саратов: Профобразование, 2026. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/153361.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. 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>

б) дополнительная

1. Винарский Я.С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. - Москва : Инфра-М, 2019. - 269 с. - ISBN 978-5-16-014219-7. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/360566/reading> - Текст: электронный.
2. Куркова, Н. С. Анимационное кино и видео: азбука анимации: учебник / Н. С. Куркова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17849-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566290>
3. Пименов, В. И. Видеомонтаж: учебник для среднего профессионального образования / В. И. Пименов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 159 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20729-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566413>

4.2.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, в т. ч. электронные образовательные ресурсы

1. Электронно-библиотечная система «Айбукс» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ibooks.ru>
2. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://publish.sutd.ru>
3. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru>
4. Сайт Федеральной антимонопольной службы[сайт]. — URL: <https://fas.gov.ru/>

5. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ

Шкала оценивания	Критерии оценивания	Наименование оценочных средств ПА
МДК.03.01 Методы интернет-продвижения		
Отлично	Обучающийся верно определяет и классифицирует рекламу; применяет полученные знания в практической реализации поставленных задач с учетом стандартов компетенции «Реклама»; работает с нормативными документами в области рекламы; самостоятельно выбирает носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности с учетом стандартов	Тестирование, практические задания
Хорошо	Обучающийся определяет и классифицирует рекламу; применяет полученные знания в практической реализации поставленных задач с учетом стандартов компетенции «Реклама»; работает с нормативными документами в области рекламы; выбирает носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности с учетом стандартов	
Удовлетворительно	Обучающийся определяет и классифицирует рекламу с ошибками; применяет полученные знания в практической реализации поставленных задач с учетом стандартов компетенции «Реклама» с ошибками; работает с нормативными документами в области рекламы с ошибками; не умеет выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности с учетом стандартов	
Неудовлетворительно	Обучающийся не определяет и не классифицирует рекламу; не умеет применять полученные знания в практической реализации поставленных задач с учетом стандартов компетенции «Реклама»; не умеет работать с нормативными документами в области рекламы	
МДК.03.02 Мультимедийные технологии		
Отлично	Обучающийся самостоятельно описывает участников рекламной деятельности и их функции; понимает классификацию рекламы; самостоятельно осуществляет процесс рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; знает виды и формы рекламы, рекламные кампании с учетом стандартов компетенции «Реклама»; использует понятие и основы брендинга; демонстрирует знание методов оценки эффективности рекламы	Тестирование, практические задания
Хорошо	Обучающийся описывает участников рекламной деятельности и их функции; понимает классификацию рекламы; самостоятельно осуществляет процесс рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; знает виды и формы рекламы, рекламные кампании с учетом стандартов компетенции «Реклама»; использует понятие и основы брендинга с небольшими ошибками; демонстрирует знание методов оценки эффективности рекламы	
Удовлетворительно	Обучающийся описывает участников рекламной деятельности и их функции с	

	ошибками; не понимает классификацию рекламы; не умеет осуществлять процесс рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; знает виды и формы рекламы, рекламные кампании с учетом стандартов компетенции «Реклама»; не может использовать понятие и основы брендинга; демонстрирует знание методов оценки эффективности рекламы	
Неудовлетворительно	Обучающийся не может описать участников рекламной деятельности и их функции с ошибками; не понимает классификацию рекламы; не умеет осуществлять процесс рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; не знает виды и формы рекламы, рекламные кампании с учетом стандартов компетенции «Реклама»; не может использовать понятие и основы брендинга	
Учебная практика		
Представлены в рабочей программе учебной практики		
ПМ		
Отлично	Обучающийся имеет глубокие знания учебного материала по теме практической работы, показывает усвоение взаимосвязи основных понятий, используемых в работе, смог ответить на все уточняющие и дополнительные вопросы. Демонстрирует знания теоретического и практического материала по теме практической работы, определяет взаимосвязи между показателями задачи, даёт правильный алгоритм решения, определяет междисциплинарные связи по условию задания	Теоретические вопросы
Хорошо	Обучающийся показывает знание учебного материала, усвоение основной литературы, отвечает почти полно на все заданные дополнительные и уточняющие вопросы. Демонстрирует знания теоретического и практического материала по теме практической работы, допуская незначительные неточности при реализации проекта, имея неполное понимание междисциплинарных связей при правильном выборе алгоритма решения задания	
Удовлетворительно	Обучающийся в целом освоил материал практической работы, отвечает не на все уточняющие и дополнительные вопросы. Затрудняется с правильной оценкой предложенной задачи, даёт неполный ответ, требующий наводящих вопросов преподавателя, выбор способа реализации проекта возможен при наводящих вопросах преподавателя	
Неудовлетворительно	Обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала практической работы, полностью не раскрыл содержание вопросов, не смог ответить на уточняющие и дополнительные вопросы. Даёт неверную оценку ситуации, неправильно выбирает алгоритм действий	