

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**ПМ.03 ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И
ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ
КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Заочная форма обучения

Санкт-Петербург

2024 г.

Программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 42.02.01 Реклама и примерной программы профессионального модуля

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	17

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании – в программах повышения квалификации работников на базе основного общего образования.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися вида деятельности: продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий и соответствующих ему общие и профессиональные компетенции, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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
ПК 3.4 в.ч.	<i>Создавать анимационную графику и визуальные эффекты с помощью специального программного обеспечения</i>
ПК 3.5 в.ч	<i>. Осуществлять разработку дизайна веб-приложения с учетом современных тенденций в области веб-разработки</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 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 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

С целью овладения видами деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен иметь умения и знания:

Результаты (освоенные ПК и ОК)	Код и наименование практического опыта	Код и наименование умений	Код и наименование знаний
ПК.3.1. ОК 01- ОК 05 ОК 07, ОК 09	ПО 3.1.1 аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; ПО 3.1.2 выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; ПО 3.1.3 постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.	У 3.1.1 определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; У 3.1.2 разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.	З 3.1.1 типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; З 3.1.2 способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
ПК.3.2. ОК 01- ОК 05 ОК 07, ОК 09	ПО 3.2.1 подбора и использования оффера; ПО 3.2.2 разработки рекламной кампании в сети Интернет.	У 3.2.1 подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; У 3.2.2 использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; У 3.2.3 проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; У 3.2.4 представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; У 3.2.5 обеспечивать качественное функционирование сайта; У 3.2.6 писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; У 3.2.7 находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; У 3.2.8 разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет;	З 3.2.1 возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; З 3.2.2 видов сайтов, их возможностей и вариантов применения; З 3.2.3 требований к качественному функционированию сайтов; З 3.2.4 видов и инструментов маркетинговых коммуникаций; З 3.2.5 отраслевой терминологии; З 3.2.6 алгоритма учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; З 3.2.7 структуры брифа и требований к нему.

		<p>У 3.2.9 осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет;</p> <p>У 3.2.10 преобразовывать требования заказчика в бриф;</p> <p>У 3.2.11 учитывать мнение заказчика при планировании РК.</p>	
<p>ПК.3.3. ОК 01- ОК 05 ОК 07, ОК 09</p>	<p>ПО 3.3.1 структуры и базовых принципов рекламного сообщения;</p> <p>ПО 3.3.2 реализации рекламной кампании в сети Интернет.</p>	<p>У 3.3.1 использовать поисковые системы интернета;</p> <p>У 3.3.2. использовать технологии поисково-контекстной рекламы;</p> <p>У 3.3.3 использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы;</p> <p>У 3.3.4 использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;</p> <p>У 3.3.5 создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;</p> <p>У 3.3.6 конвертировать файлы в нужные форматы;</p> <p>У 3.3.7 использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;</p> <p>У 3.3.8 размещать рекламные материалы в социальных медиа;</p> <p>У 3.3.9 разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов;</p> <p>У 3.3.10 определять эффективные офферы;</p> <p>У 3.3.11 создавать оригинальные и</p>	<p>З 3.3.1 отраслевой терминологии;</p> <p>З 3.3.2 алгоритма учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет;</p> <p>З 3.3.3 алгоритма учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.</p>

		<p>стильные логотипы;</p> <p>У 3.3.12 составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;</p> <p>У 3.3.13 создавать оригинальные, современные по стилю сайты;</p> <p>У 3.3.14 использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов;</p> <p>У 3.3.15 повышать информационную наглядность сайтов;</p> <p>У 3.3.16 создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях;</p> <p>У 3.3.17 разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика;</p> <p>У 3.3.18 доводить информацию заказчика до ЦА;</p> <p>У 3.3.19 использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество;</p> <p>У 3.3.20 использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями;</p> <p>У 3.3.21 использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.</p>	
<p>ПК.3.4. ОК 01- ОК 05 ОК 07, ОК 09</p>	<p><i>ПО 3.4.1. создания анимационной графики и визуальных эффектов с помощью специального программного обеспечения</i></p>	<p><i>У 3.4.1 использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</i></p>	<p><i>З 3.4.1 технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</i></p>

ПК.3.5. ОК 01- ОК 05 ОК 07, ОК 09	<i>ПО 3.5.1 осуществления разработки дизайна веб-приложения с учетом современных тенденций в области веб-разработки</i>	<i>У 3.5.1 использовать мультимедийные и веб-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта</i>	<i>З 3.5.1 технологию создания Интернет-рекламы</i>
---	---	--	---

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

Коды профессиональных компетенций	Наименования общепрофессиональной дисциплины	объем ОП	в т. ч. вариативных часов	Объем времени, отведенный на освоение дисциплины				
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа	
				Всего, часов	в т.ч. лекционных занятий, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	Всего	в т.ч., курсовая работа (проект), часов
1	2		4	5	6	7	8	9
ПК.3.1 ОК 01-ОК 05, ОК 07, ОК 09	МДК.03.01 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	68	-	10	2	8	58	
ПК.3.2, ПК 3.3 ОК 01-ОК 05, ОК 07, ОК 09	МДК.03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	88		16	4	12	72	
ПК.3.4, ПК 3.5 (в.ч.) ОК 01-ОК 05, ОК 07, ОК 09	Мультимедиа	112	112	40	16	24	72	
ПК.3.4, ПК 3.5 (в.ч.) ОК 01-ОК 05, ОК 07, ОК 09	Дизайн интернет- страниц	52	52	14	4	10	38	
	Производственная практика ПП.03.01	216						
	Промежуточная аттестация	6						
	Всего:	542	236	80	26	54	240	

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

Наименование МДК, разделов и тем	Содержание учебного материала	Лабораторные, практические и контрольные работы, самостоятельная работа обучающихся	Обязательная учебная нагрузка (час)			Умения, знания		Информационно-техническое обеспечение		Формы и виды контроля
			Теоретические	Лабораторно-практические	Самостоятельная работа	У	З	Информационные источники	Средства обучения	
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>
МДК 03.01 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет			2	8	58					
Тема 1.1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете	1. Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории 2. Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз 3. Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в интернете 4. Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда 5. Размещение контекстно-медийных объявлений в сети интернет 6. Проведение аналитической справки конкурентов для	ПР 1.О Создание и размещение рекламных объявлений в социальных сетях. ПР 2.О Разработка концепции стратегии для поисковых систем. ПР 3.О. Разработка стратегии проведения для рекламной кампании. ПР 4.О Настройка таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество. Кнопка Вступить. ПР 5.О Сделать сегмент ЦА (отдельно для мужчин, отдельно для женщин)	2	4	28	У 3.1.1 У 3.1.2	З 3.1.1 3 3.1.2	1.1 1.2 2.4 2.5	1.1-1.3	Проверка выполнения ПР 1.О- ПР 8.0

	реализации стратегии продвижения 7. Разработка инструментов коммуникации в социальных сетях	Подключить на сайт Яндекс.Метрику. ПР 6.О Разработать концепцию продвижения личного бренда. ПР 7.О Расчет стоимости перехода клиента. Формирование КРІ. ПР 8.О Составить бриф на разработку РК для таргетированной рекламы.								
Тема 1.2. Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в интернете	1. Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в интернете. 2. Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов по контекстно-медийной стратегии продвижения в интернете. 3. SEO. РСЯ. Email-маркетинг. 4. Проведение работ по реализации стратегии продвижения в интернете. 5. Классификация рекламы. SMM. Каналы распространения email-рассылки. 6. Согласование показателей эффективности и бюджета продвижения с заказчиком.	ПР 9.О Создать контент стратегию для личного бренда. ПР 10.О Провести исследование системы веб-аналитики. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс». ПР 11.О Выявить более качественный инструмент в развитии сайта и онлайн-продвижения. ПР 12.О Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс». ПР 13.О Создать тематическое сообщество. Наполнить контентом. ПР 14.О Определить влияние таргетированной рекламы на целевую аудиторию ПР 15.О Проанализировать, где лучше всего применяется email-маркетинг.		4	30	У 3.1.1 У 3.1.2	3 3.1.1 3 3.1.2	1.1 1.2 2.4 2.5	1.1-1.3	Проверка выполнения ПР 9.О- ПР 16.0

		ПР 16.О Собрать базу подписчиков при помощи email-маркетинга								
МДК 03.02. Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях			4	12	72					
Тема 2.1. Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа	1. Web Analytics - аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде. 2. Принципы и практики реализации контекстной рекламы 3. Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» 4. Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта 5. Преимущества и недостатки отдельных форматов медийной рекламы; цели использования рекламодателями 6. Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга 7. Алгоритмы и результаты поискового продвижения.	ПР 1.О Использование методов проведения анализа эффективности маркетинговой активности в сети «Интернет» ПР 2.О Создание email-рассылок: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические и ссылочные. ПР 3.О. Внедрение основными инструментами для оценки эффективности рекламной кампании ПР 4.О. Разработка контентной составляющей для личного бренда ПР 5.О Оценка эффективности продвижения рекламного агентства ПР 6.О Стоимость одного подписчика. Конверсия сайта через таргет. ПР 7.О Выбор цели для настройки. 12 категорий Вконтакте. Создание тестового режима а/в тестирования. Создание креативов для рекламы. ПР 8.О Проанализировать внешнюю и внутреннюю оптимизации.	2	6	36	У 3.2.1- У 3.2.1 1	3 3.2.1- 3 3.2.7	1.1 1.2 2.4 2.5	1.1-1.3	Проверка выполнения ПР 1.О- ПР 10.0

		<p>ПР 9.О. Оптимизация meta-информации страницы</p> <p>ПР 10.О Составить продающую цепочку для чат-бота</p>								
<p>Тема 2.2. Управление реализацией стратегии интернет-продвижения</p>	<p>1. Технологии привлечения посетителей на сайт</p> <p>2. Области и стратегии применения цифрового маркетинга</p> <p>3. Этапы осуществления компаний.</p> <p>4. Формулирование целей цифрового маркетинга для компаний.</p> <p>5. E-mail- и вирусный маркетинг.</p> <p>6. Инструменты и методы цифрового маркетинга.</p> <p>7. Поведенческий таргетинг, матрица потребности</p>	<p>ПР 11.О Разработка уникального торгового предложения</p> <p>ПР 12.О Продвижение нового товара с применением современных маркетинговых инструментов</p> <p>ПР 13.О Визуальное оформление контента для личного бренда</p> <p>ПР 14.О Разработать концепцию и план проведения рекламной и/или PR компании</p> <p>ПР 15.О Swot анализ и Pest анализ компании</p> <p>ПР 16.О Позиционирование бренда. Платформа</p> <p>ПР 17.О Алгоритмы поисковых систем и соц. сетей</p> <p>ПР 18.О Воронка продаж. Скрипт коммерческого предложения</p> <p>ПР 19.О Проведение рекламных кампаний в социальных медиа</p> <p>ПР 20.О Анализ трафика на веб-сайт</p>	2	6	36	<p>У</p> <p>3.2.1-У</p> <p>3.2.1</p> <p>1</p> <p>У</p> <p>3.3.1-У</p> <p>3.3.2</p> <p>1</p>	<p>3</p> <p>3.2.1-3</p> <p>3.2.7</p> <p>3</p> <p>3.3.1-3</p> <p>3.3.3</p>	<p>1.1</p> <p>1.2</p> <p>2.4</p> <p>2.5</p>	1.1-1.3	<p>Проверка выполнения ПР 11.О- ПР 20.0</p>
МДК 03.03 Мультимедиа			16	24	72					
Раздел 03.03.01 Мультимедийные технологии										

Тема 1. История развития, основные понятия Интернет - технологий	Введение. Место знаний по учебной дисциплине в процессе освоения профессиональной программы по специальности. История развития Интернет – технологий. Web-технологии. Современные средства разработки Web-документов				10	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	
Тема 2. Введение в Adobe Animate	Назначение Flash, знакомство с программой. Знакомство с интерфейсом программы. Импорт изображений и звука. Редактирование изображения. Импорт видео. Работа с библиотекой. Основные принципы формирования анимационного фильма по слоям. Виды кадров	ПР 1.О Работа с библиотекой. Экспорт и импорт изображения			6	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения ПР 1.О
Тема 3. Основные понятия Adobe Animate	Слои. Виды символов. Покадровая анимация.	ПР 2.О Создание клипа по кадровой анимации с использованием импорта изображений и звука			8	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения ПР 2.О
Тема 4. Инструменты рисования Adobe Animate	Рисование в слоях. Инструменты рисования. Использование графических примитивов. Редактирование рисунка	ПР 3.О Создание с помощью инструментов рисования открытки к празднику			8	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения ПР 3.О
Тема 5. Анимация во Adobe Animate	Анимация, типы анимации (анимация движения, классическая анимация, позы обратной кинематики, анимация формы,	ПР4.О Распределение объектов по слоям для анимации движения			8	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения ПР 4.О-ПР 8.О

	покадровая анимация). Кадры. Элементарные операции с кадрами. Частота кадров движения. Типы движения в Adobe Animate. Организация движения на основе графического символа во Flash Формирование движения motion. Создание классического движения. Движение по направляющей. Создание движений объектов, которые не меняют форму. Организация движения на основе изменения формы в Adobe Animate. Создание движения shape. Использование контрольных точек. Создание движения объектов, которые при движении меняют форму	ПР 5.О Организация движения на основе графических символов ПР 6.О Создание классического движения ПР 7.О Создание движений объектов, которые не меняют форму ПР 8.О Создание движения объектов, которые при движении меняют форму								
Тема 6. Маскирование в Adobe Animate	Назначение маски. Алгоритм создания маски	ПР 11.О Алгоритм создания маски ПР 12.О Создание фильма с использованием маски	2	2	4	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения ПР 11.О- ПР 12.О
Тема 7. Символ «Клип» в Adobe Animate	Назначение клипов. Алгоритм создания клипов. Создание фильма с использованием маски.	ПР 13.О Алгоритм создания клипов ПР 14.О Создание мультфильма с использованием клипов	2	2	4	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения ПР 13.О – ПР 14.О
Тема 8. Символ «Кнопка» в Adobe Animate	Символ «Кнопка» в Adobe Animate. Назначение кнопок.	ПР 15.О Создание кнопок. ПР 16.О Создание анимированных кнопок	2	2	4	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения ПР 15.О- ПР 16.О

Раздел 03.03.02 3D технологии										
Тема 1. Введение в 3d графику. Понятие о программах 3D моделирования. Графический редактор 3DМАХ.	Области использования трехмерной графики. Основные понятия трехмерной графики. Интерфейс программы 3d's Мах				2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	
Тема 2. Теоретические аспекты работы. Создание и простейшее редактирование стандартных примитивов.	Создание объектов и работа с ними. Типы объектов. Выделение объектов. Простейшие операции с объектами: Вращение, Масштабирование, Выравнивание объектов, Клонирование объектов, Группировка объектов. Установка режимов привязки				2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	
Тема 3. Моделирование объектов на основе примитивов.	Установка единиц измерения. Создание расширенных примитивов. Создание и редактирование конструкций из примитивов Использование модификаторов. Практические примеры использования примитивов. Модификаторы. Применение модификаторов к объектам	ПР 1.О Создание натюрморта из примитивов ПР 2.О Применение модификаторов к объектам		2	2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения ПР 1.О- ПР 2.О
Тема 4. Основы сеточного моделирования. Типы подобъектов и принцип их редактирования.	Теоретические аспекты. Моделирование при помощи вершин. Моделирование при помощи ребер. Моделирование при	ПР 3.О Сеточное моделирование на конкретных примерах		2	2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения ПР 3.О-

Моделирование при помощи вершин, ребер, полигонов	помощи полигонов. 2Сеточное моделирование на конкретных примерах.									
Тема 5. Основы работы со сплайнами. Создание сплайнов. Составные сплайновые формы.	Сплайновые примитивы. Редактирование сплайнов. Создание трехмерных объектов на основе сплайнов. Создание поверхностей вращения. Работа с текстом. Создание текста. Работа с текстом. Объемный текст.	ПР 4.О «Лампа на столе». ПР 5.О Создание объемного логотипа		2	2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения ПР 4.О- ПР 5.О
Тема 6. Создание моделей методом лофтинга. Деформация моделей, построенных методом лофтинга.	Лофтинг и loft-объекты. Создание loft-объектов. Редактирование loft-объектов. Добавление в loft-объект новых сечений. Замена сечения в loft-объекте. Редактирование сплайнов пути и сечений на уровне параметрической формы. Изменение контуров пути и сечений на уровне подобъектов. Создание loft-объектов на основе составных сплайнов	ПР 6.О Создание простейших лофт моделей		2	2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения ПР 6.О
Тема 7. Геометрические пространственные деформации.	Теоретические аспекты. FFD (Box) и FFD (Cyl). Имитация динамики твердых и мягких тел				2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	
Тема 8. Работа с материалами. Редактор материалов. Создание материалов.	Работа с материалами. Редактор материалов. Назначение инструментов Material Editor. Основные типы материалов. Использование готовых материалов. Создание	ПР 7.О «Натюрморт на шахматной доске».			2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения ПР 7.О

	новых материалов. Создание материалов на основе базовых текстурных карт. Создание сложных материалов. Создание составных материалов Подготовка текстуры для создания материала в 3d'smax. Создание материалов на конкретных примерах.									
Тема 9. Освещение в 3dsMax	Стандартные источники света. Target Spot и Free Spot. Target Direct и Free Direct. Omni. Skylight. Настройки источника света. Настройка теней.	ПР 8.О «Освещение сцены». Создание и настройка источников освещения			2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения ПР 8.О
Тема 10. Визуализация в 3d Max.	Общие сведения о визуализации в трехмерной графике. Визуализация в 3d Max. Настройка визуализации в 3d Max.	ПР 9.О «Оформление вывески и витрины». ПР 10.О «Выставочный модуль».			2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения ПР 9.О- ПР 10.О
МДК 03.04 Дизайн интернет- страниц			4	10	38					
Раздел 03.04.01 основные элементы веб-дизайна										
Тема 1.1. Основные понятия	Обзор программ, используемых при создании WEB-сайта Ресурсы, полезные для web-дизайнера. Задачи пользователей и задачи заказчиков сайта. Анализ пользователей сайта (целевой аудитории)		2		2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Устный опрос
Тема 1.2. Назначение технического задания на разработку сайта	Разбор технического задания на разработку сайта, брифа на дизайн. Анализ конкурентов. Адаптивность, кроссбраузерность веб-сайтов	ПР 1.О «Анализ конкурентов, анализ ЦА»		2	2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения практической работы №1

Тема 1.3. Этапы разработки сайта	Этапы создания макета будущего сайта (прототипирование). Разработка структуры web-ресурса (карты сайта). Принципы визуализации информации		2		2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Устный опрос
Тема 1.4. Принципы юзабилити	Понятие «юзабилити». Общие принципы юзабилити, используемые при проектировании веб-сайтов.	ПР 2.0 «Разработка карты сайта»		2	2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения практической работы №2
Тема 1.5. Основные компоненты WEB-страницы	Способы визуального представления на страницах сайта Графические компоненты web-страниц. Цвет. Цветовые схемы, применяемые на сайте. Использование "безопасных" цветов Элементы дизайна: объект, фон, цвет, текст, шрифт.				2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Устный опрос
Тема 1.7. Стилевое оформление сайта.	Современные стили дизайна Пространственные отношения. Форма. Цвет. Текстура. Единство и баланс. Контраст. Нюансировка Стили дизайна для web-сайтов, особенности применения. Современные тенденции web-дизайна. Силь web 2.0, минимализм, материал дизайн, flat, ретро, гранж, журнальный.	ПР 3.0 «Стили дизайна для web-сайтов»		2	2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения практической работы №3
Тема 1.8. Принципы использования цвета	Цвет – принципы использования, элементы цветовой композиции Психология цвета Компьютерная система хранения информации о цвете				2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Устный опрос

Тема 1.9. Форматы для web-страниц.	Основные графические форматы для Web: GIF, JPEG, PNG Особенности обработки растровых изображений. Пиксельные эффекты: диффузия, сглаживание.	ПР 4.О «Основные графические форматы для Web»		2	2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения практической работы №4
Тема 1.10. Оптимизация	Команда Save for Web. Оптимизация по качеству и размеру. Управление прозрачностью				2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Устный опрос
Тема 1.11. Нарезка изображений.	Планирование нарезки. Использование инструмента Slice. Оптимизация элементов нарезки.				2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Устный опрос
Тема 1.12. Использование форм	Планирование взаимодействия с пользователем - проектирование форм. Юзабилити форм	ПР 5.О «Нарезка. Проектирование форм»		2	2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения практической работы №5
Тема 1.13. Баннерная реклама в Интернет	Баннер: основные параметры, виды. Этапы разработки Приемы графического оформления Средства автоматизации Adobe. Баннер: основные параметры, виды, Параметры и характеристики рекламных вставок в социальных сетях: Вконтакте, instagram, facebook	ПР 6.О «Разработка баннерной рекламы в интернет и социальных сетях»			2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения практической работы №6
Раздел 03.04.02. Макеты веб-страниц, Landing page							2			
Тема 2.1. Landing page	Понимание принципов Landing page, этапы создания лендинга, функциональные элементы лендинга.				2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Устный опрос
Тема 2.2. Принципы дизайна Landing page	Современные тенденции дизайна Landing page. Стиль web 2.0, минимализм, материал дизайн, flat,	ПР 7.О «Прототип и макет Landing page»			2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения практической работы №7

Тема 2.3. Макеты веб-страниц	Принципы отрисовки макетов страниц сайта ориентированных на прототипы, адаптация главных страниц под основные размеры экранов. Выравнивание слоев –“Rulers”. Требования к векторным элементам, группировка слоёв по папкам (смысловым блокам). Единицы измерения. Служебные страницы(404).	ПР 8.О «Макеты веб-страниц»			2	у 3.4.1 у 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения практической работы №8
Раздел 3. Основы HTML5										
Тема 3.1. HTML Разметка	Составные элементы HTML-документа. Типы данных HTML. Структура HTML-документа. Общие атрибуты элементов HTML. Теги заголовка документа. Теги тела документа. Блочные и строчные элементы разметки.	ПР 9.О «Стандартная HTML-страница»			2	у 3.4.1 у 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения практической работы №9
Тема 3.2. Работа с текстом и графикой	Работа с текстом. Заголовки и абзацы. Списки: нумерованные, маркированные. Объекты HTML-документов. Типы файлов иллюстраций. Управление размещением иллюстрации и обтеканием текста.	ПР 10.О «Работа с текстом и графикой на HTML-странице»			2	у 3.4.1 у 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения практической работы №10
Тема 3.3. Гиперссылки	Вставка объектов. Карты ссылок. Создание гиперссылок. Понятие внешней и внутренней ссылки. Способы указания источника файла для ссылок и иллюстраций: абсолютный, относительный, URL.	ПР 11.О «Работа с ссылками на HTML-странице»			2	у 3.4.1 у 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения практической работы №11
Раздел 4. Основы CSS3										
Тема 4.1.	Основы каскадных таблиц стилей. Оформление текста и другие базовые возможности. Работа с	ПР 12.О «Оформление HTML-страницы»			2	у 3.4.1	3 3.4.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения

Введение в CSS3 CSS и графика	изображениями, позиционирование, эффект прозрачности					У 3.5.1	3 3.5.1			практической работы №12
Тема 4.3. Навигация	Создание средствами CSS навигационной панели с кнопками, выделение ссылок, создание выпадающего меню, навигационное меню на основе изображений, оформление карты сайта	ПР 13.О «Создание навигационной панели»			2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения практической работы №13
Тема 4.4. Табличные данные	Представление табличных данных в привлекательной и удобной форме, чередование фонового цвета	ПР 14.О «Создание табличных данных»			2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения практической работы №13
Тема 4.5. Формы и пользовательские интерфейсы	Стилизация формы, использование разных стилей для разных стилей, для разных полей, задание стиля для клавиш быстрого доступа	ПР 15.О «Работа над формами и пользовательскими интерфейсами»			2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения практической работы №13
Тема 4.6. Позиционирование элементов с помощью CSS	Отображение строковых и блочных элементов web-страницы, внешние и внутренние отступы, расположение элементов на странице, создание резинового макета	ПР 16.О «Создание резинового макета»			2	У 3.4.1 У 3.5.1	3 3.4.1 3 3.5.1	2.1-2.3	2.1-2.3	Проверка выполнения практической работы №13
		ВСЕГО	26	54	240	ПО				
Производственная практика ПП 03.01					216					
Виды работ										
1. Создание клиентской базы для рекламного предприятия							ПО 3.1.1			Защита проекта.
2. Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии.							ПО 3.1.2			
3. Изготовить рекламный и/или PR материал.							ПО 3.1.3			
4. Подготовить презентационный отчет о ходе практики.							ПО 3.2.1			
5. Изготовленная рекламная продукция.							ПО 3.2.2			
							ПО 3.3.1			
							ПО 3.3.2			
							ПО 3.4.1			
							ПО 3.5.1			

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы профессионального модуля предполагает наличие **специальных помещений**:

1. Кабинет проектирования рекламного продукта;
2. Лаборатория компьютерной графики, видеомонтажа и компьютерного дизайна;

Оборудование учебных кабинетов и рабочих мест:

1. «Кабинет проектирования рекламного продукта»

- 1.1 Компьютеры,
- 1.2 Мультимедийный проектор,
- 1.3 Зеленая доска

2. Лаборатория компьютерной графики, видеомонтажа и компьютерного дизайна

- 2.1 Компьютеры,
- 2.2 Мультимедийный проектор,
- 2.3 Зеленая доска

4.2. Информационное обеспечение обучения

4.2.1 Основные источники:

- 1.1 Васильев Г.А., Поляков В.А. Рекламный маркетинг, учебное пособие – М., Вузовский учебник, 2020 год;
- 1.2 Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 431 с.

4.2.2 Дополнительные источники:

- 2.1 Винарский, Я. С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение : практическое пособие / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 269 с.
- 2.2 Волохов, А. А. Каналы коммуникации с потребителями в интернете / А. А. Волохов // Путеводитель предпринимателя. – 2019. – № 42. – С. 67-72.
- 2.3 Гончаров, В. Н. Использование интернет-технологий в маркетинге / В. Н. Гончаров, Е. В. Курипченко // Менеджер. – 2020. – № 3(93). – С. 181-187.
- 2.4 Горнштейн, М. Ю. Современный маркетинг / М. Ю. Горнштейн. – 2-е изд.. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. – 404 с.
- 2.5 Горохов, М. М. Интернет-маркетинг: стратегия и виды / М. М. Горохов, Д. Е. Докучаев, А. Д. Трефилова // Социально-экономическое управление: теория и практика. – 2019. – № 1(36). – С. 21-24.

4.2.3 Интернет-ресурсы

1. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/>
4. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>
5. Сайт о рекламном рынке adindex.ru;
6. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru;
7. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru
8. Рекламный сайт "Advertising.ru": <http://www.advertising.ru>

9. Сайт "Advertology.ru": www.advertology.ru/

10. Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.cprrd.ru/>

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Перед изучением профессионального модуля обучающиеся изучают дисциплины общепрофессионального цикла соответствия с учебным планом.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками колледжа, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на условиях гражданско-правового договора, в том числе из числа руководителей и работников организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия, и имеющими стаж работы в данной профессиональной области не менее трех лет (для преподавателей, реализующих профессиональных цикл).

Квалификация педагогических работников колледжа отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах.

Педагогические работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия, не реже одного раза в три года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.