

СОГЛАСОВАНО

Союз «Агентство развития
профессиональных сообществ и рабочих
кадров «Молодые профессионалы
(Ворлдскиллс Россия)»

УТВЕРЖДАЮ

Директор департамента учебной и
воспитательной работы



Ю.Г. Чебова

06 октября 2020

**Основная программа профессионального обучения
по профессии 20032 «Агент рекламный»
профессиональная подготовка
с учетом стандарта Ворлдскиллс по компетенции «Реклама»**

г. Владивосток, 2020 год

**Основная программа профессионального обучения
по профессии 20032 «Агент рекламный»
профессиональная подготовка
с учетом стандарта Ворлдскиллс по компетенции «Реклама»**

1. Цели реализации программы

Программа профессиональной подготовки по профессиям рабочих, должностям служащих направлена на обучение лиц, ранее не имевших профессии рабочего или должности служащего, с учетом спецификации стандарта Ворлдскиллс по компетенции «Реклама».

2. Требования к результатам обучения. Планируемые результаты обучения

2.1. Характеристика нового вида профессиональной деятельности, трудовых функций и (или) уровней квалификации

Программа разработана в соответствии с:

- спецификацией стандарта компетенции «Реклама»;
- профессиональным стандартом «06.043» «Специалист по интернет-маркетингу» (утвержден приказом Минтруда России от 04.06.2018 №366н
- профессиональным стандартом «08.035» «Маркетолог». Утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 №366н
- приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 02.07.2013 № 513 «Об утверждении Перечня профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение».

Обучение по программам профессионального обучения могут проходить слушатели, не имеющие профессионального образования (например, среднее общее образование или начальное профессиональное образование).

Медицинские ограничения регламентированы Перечнем медицинских противопоказаний Минздрава России.

Присваиваемый квалификационный разряд: 3 разряд.

2.2. Требования к результатам освоения программы

В результате освоения программы профессионального обучения у слушателя должны быть сформированы компетенции, в соответствии с разделом 2.1. программы.

В результате освоения программы слушатель должен

знать:

- историю, современное состояние и перспективы движения WorldSkills International (WSI) и Ворлдскиллс Россия («Молодые профессионалы»);
- виды рекламной деятельности;
- виды рекламных средств и средств распространения рекламы;
- требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;
- субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;
- правила и принципы взаимодействия с заказчиками;
- основные подходы и способы изучения рынка
- способы анализа рынка и конкурентной среды
- инструменты для анализа и продвижения рекламы, в том числе и в интернете
- принципы формирования бюджета рекламной кампании
- принципы выбора каналов продвижения торговой марки
- технологии планирования и организации рекламных кампаний;
- средства оргтехники и требования безопасности труда;
- способы и правила создания электронной презентации

уметь:

- контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком;
- анализировать целевой рынок и продукт, подлежащий разработке, в том числе с помощью стандартных инструментов интернет-аналитики;
- составлять бриф на организацию рекламной кампании;
- выбирать и использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы;
- пользоваться инструментами подбора ключевых слов в интернете;
- создавать рекламные тексты, в том числе и с включением в состав текста подобранных ключевых слов;
- определять бюджет рекламной кампании и ее основные составляющие;
- определять каналы продвижения торговой марки и затраты на ее продвижение;
- достигать коммуникативного эффекта при выборе каналов продвижения торговой марки;
- оценивать эффективность рекламной кампании в интернете;
- разрабатывать качественные, наглядные и современные по стилю электронные презентации;
- проводить защиту проекта с учетом аудитории, используя современные программные и аппаратные средства
- добиваться положительной реакции аудитории при представлении проекта
- использовать информационные технологии, в том числе и сетевые, для получения и несложной обработки графической информации
- контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения.

3. Содержание программы

Категория слушателей: лица, находящиеся под риском увольнения; выпускники образовательных организаций, граждане, ищущие работу.

Трудоемкость обучения: 144 академических часа.

Форма обучения: очная.

3.1 Учебный план

№	Наименование модулей	Всего, час.	В том числе			Форма контроля
			лекции	практ. занятия	промеж. и итог. контроль	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Раздел 1. Теоретическое обучение					
1.1	Модуль 1. Современные профессиональные технологии в рекламе	2	2			Тест
1.2	Ознакомление с WSI и Ворлдскиллс Россия. Стандарт компетенции T14 «Реклама»	2	2			Тест
1.3.	Требования охраны труда и техники безопасности	2	2			Тест
2.	Раздел 2. Профессиональный курс					

2.1	Модуль 1. Составление брифа	18	4	10	4	
2.2	Модуль 2. Разработка ключевых элементов рекламной кампании	18	4	10	4	тесты КР
2.3	Модуль 3. Графика и инфографика	16	4	8	4	тесты КР
2.4	Модуль 4. Планирование рекламной кампании	24	4	16	4	тесты КР
2.5	Модуль 5. Продвижение в интернете. SEO-Копирайтинг	12	2	6	4	тесты КР
2.6	Модуль 6. WEB-визуализация	14	4	6	4	тесты КР
2.7	Модуль 7. Подготовка и проведение презентации	18	4	10	4	тесты КР
3.	Квалификационный экзамен: - проверка теоретических знаний; - практическая квалификационная работа (демонстрационный экзамен)	18			18	тест ДЭ ¹
ИТОГО:		144	32	66	46	

3.2 Учебно-тематический план

№	Наименование модулей	Всего, час.	В том числе			Форма контроля
			лекции	практ. занятия	промеж. и итог. контроль	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Раздел 1. Теоретическое обучение					
1.1	Современные профессиональные технологии в рекламе	2	2			
1.1.1	Современные профессиональные технологии в рекламе.	2	2			тест
1.2	Ознакомление с WSI и Ворлдскиллс Россия. Стандарт компетенции T14 «Реклама»	2	2			
1.2.1	История, современное состояние и перспективы движения WorldSkills International (WSI) и Ворлдскиллс Россия («Молодые профессионалы») как инструмента развития профессиональных сообществ и систем подготовки кадров	2	2			тест
1.3	Требования охраны труда и техники безопасности	2	2			
1.3.1	Общие требования охраны труда.	2	2			тест

¹ Демонстрационный экзамен по компетенции

2.	Раздел 2. Профессиональный курс					
2.1	Модуль 1. Составление брифа	18	4	10	4	
2.1.1	Определение структуры брифа	4	2	2		тест
2.1.2	Проведение первичного анализа рынка и конкурентной среды	6	2	4		тест
2.1.3	Создание брифа и оценка соответствия его поставленной задаче	4		4		тест
2.1.4	Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок	4			4	КР
2.2	Модуль 2. Разработка ключевых элементов рекламной кампании	18	4	10	4	
2.2.1	Выделение ключевого инсайта кампании (на основе анализа конкурентной среды, анализа ситуации на рынке)	4	2	2		тест
2.2.2	Разработка нейма и тестирование его на оригинальность	2		2		тест
2.2.3	Разработка слогана кампании (на основе ранее выделенного инсайта) и тестирование его на оригинальность	2		2		тест
2.2.4	Первичная визуализация идеи (через mood board)	6	2	4		тест
2.2.5	Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок	4			4	КР
2.3	Модуль 3. Графика и инфографика	16	4	8	4	
2.3.1	Визуализация торговой марки (логотип, инфографика)	4	2	2		тест
2.3.2	Разработка логотипа	4	1	3		тест
2.3.3	Разработка инфографики	4	1	3		тест
2.3.4	Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок	4			4	КР
2.4	Модуль 4. Планирование рекламной кампании	24	4	16	4	
2.4.1	Определение каналов продвижения торговой марки (в т.ч. в интернет-среде)	8	2	6		тест
2.4.2	Разработка плана рекламной кампании	8	2	6		тест
2.4.3	Указание потенциальных способов оценки эффективности РК в интернете	4		4		тест

2.4. 4	Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок	4			4	КР
2.5	Модуль 5. Продвижение в интернете. SEO-Копирайтинг	12	2	6	4	
2.5. 1	Поисковые системы и их возможности для интернет продвижения	1	1			тест
2.5. 2	Яндекс.Директ	1		1		тест
2.5. 3	Google AdWords	1		1		тест
2.5. 4	SEO-продвижение	2		2		
2.5. 5	СММ-продвижение	1	1			
2.5. 6	Копирайтинг с учетом SEO	2		2		тест
2.5. 7	Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок	4			4	КР
2.6	Модуль 6. WEB-визуализация	14	4	6	4	
2.6. 1	Разработка визуальной концепции мини-сайта (лендинг-пейджа) в рамках РК (эскиз)	2	2			тест
2.6. 2	Подготовка материалов и конструирование макета в WiX.	2	2			тест
2.6. 3	Публикация макета прототипа в интернете	1		1		тест
2.6. 4	SEO-оптимизация макета в WiX (поисковая оптимизация)	1		1		
2.6. 5	Тестирование и окончательная публикация сайта	2		2		тест
2.6. 6	Технологии СММ продвижения	2		2		
2.6. 7	Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок	4			4	КР
2.7	Модуль 7. Подготовка и проведение презентации	18	4	10	4	
2.7. 1	Современные цифровые технологии подготовки и проведения презентаций	8	2	6		тест
2.7. 2	Технологии защиты проектов	6	2	4		тест
2.7. 3	Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок	4			4	КР
3.	Квалификационный экзамен	18			18	
3.1	Проверка теоретических знаний	1			1	тест

3.2	Демонстрационный экзамен по компетенции	17			17	ДЭ
	ИТОГО:	144	32	66	46	

3.3 Учебная программа

Раздел 1. Теоретическое обучение

Модуль 1. Современные технологии в профессиональной сфере

Тема 1.1. Современные профессиональные технологии в рекламе. Основные каналы рекламного продвижения. Понятия ВТА и ВТЛ. Определение понятия интернет-реклама и интернет-продвижения. Интернет-маркетинг и его роль в современной рекламе. Суть профессии Агент рекламный.

Модуль 2. Ознакомление с WSI и Ворлдскиллс Россия. Стандарт компетенции T14 «Реклама». Структура стандарта.

История, современное состояние и перспективы движения WorldSkills International (WSI) и Ворлдскиллс Россия («Молодые профессионалы») как инструмента развития профессиональных сообществ и систем подготовки кадров.

История создания. Цели WS. История конкурсов. Терминология. Структура Чемпионатов. Экспертное сообщество. Знакомство с конкурсной документацией, техническим описанием компетенции Реклама, критериями оценивания.

Модуль 3. Требования охраны труда и техники безопасности

Общие требования охраны труда. Требования охраны труда перед началом работы. Требования охраны труда во время работы. Требования охраны труда в аварийных ситуациях. Требования охраны труда по окончании работы.

Раздел 2. Профессиональный курс

2.1 Модуль 1. Составление брифа

Тема 2.1.1 Определение структуры брифа.

Переговоры с заказчиком. Определение основных требований и пожеланий к РК. Анкетирование. Разделы и структура брифа.

Тема 2.1.2 Проведение первичного анализа рынка и конкурентной среды.

Способы изучения рынка. Первичный и вторичный анализ. Анализ рынка посредством интернета. Анализ конкурентной среды. Анализ целевой аудитории.

Тема 2.1.3 Создание брифа и оценка соответствия его поставленной задаче.

Цели РК. Соответствие брифа задачам и целям. Полнота брифа.

Тема 2.1.4 Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок

Контрольная работа по Модулю 1 (в полном соответствии с аналогичным модулем КОД 2.1).

Мастер-класс с разбором оценок выполненных контрольных работ.

Самооценка результатов контрольной работы. Выполняется группами из слушателей (по 3 человека в группе).

2.2 Модуль 2. Разработка ключевых элементов рекламной кампании

Тема 2.2.1 Выделение ключевого инсайта рекламной кампании (на основе анализа конкурентной среды, анализа ситуации на рынке)

Идея РК. Приемы работы на насыщенном рынке. Использование шаблонных решений. Лайфхаки в рекламе в качестве идей. Понятие инсайта. Значение инсайта для организации оригинальной РК. Основные признаки инсайта. Практический опыт подбора инсайта.

Тема 2.2.2 Разработка нейма и тестирование его на оригинальность

Понятие торговой марки. Понятие нейма и нейминга. Основные принципы и подходы к поиску нейма. Определение оригинальности нейма. Практические тренировки нейминга.

Тема 2.2.3 Разработка слогана рекламной кампании (на основе ранее выделенного инсайта) и тестирование его на оригинальность

Рекламный лозунг и слоган. Значение слогана при организации и проведении РК. Основные принципы и подходы к поиску оригинального слогана. Проверка слогана на оригинальность.

Тема 2.2.4 Первичная визуализация идеи (через mood board)

Как выяснить предпочтения заказчика к визуальному оформлению РК и ее элементов? Как визуализировать предпочтения заказчика. Мудборд – как форма первичной визуализации пожеланий и предпочтений заказчика. Мудборд – как форма передачи настроения РК.

Тема 2.2.5 Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок

Контрольная работа по Модулю 2 (в полном соответствии с аналогичным модулем КОД 2.1).

Мастер-класс с разбором оценок выполненных контрольных работ.

Самооценка результатов контрольной работы. Выполняется группами из слушателей (по 3 человека в группе).

2.3 Модуль 3. Графика и инфографика

Тема 2.3.1 Визуализация торговой марки (логотип, инфографика)

Фирменный стиль и его значение для продвижения торговой марки и брэнда. Отличие торговой марки и брэнда. Элементы фирменного стиля. Понятие логотипа. Виды логотипа. Требования к логотипу.

Тема 2.3.2 Разработка логотипа

Способы разработки логотипа. Разработка векторных и растровых макетов. Сетевые конструкторы – как инструмент быстрой разработки логотипов. Достоинства и недостатки способа.

Тема 2.3.3 Разработка инфографики

Понятие инфографики и ее значение в продвижении товаров и торговой марки. Виды инфографики. Использование инфографики при ATL и VTL продвижениях. Использование инфографики в интернет-маркетинге. Разработка инфографики с помощью сетевых конструкторов. Достоинства и недостатки подхода.

Тема 2.3.4 Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок

Контрольная работа по Модулю 3 (в полном соответствии с аналогичным модулем КОД 2.1).

Мастер-класс с разбором оценок выполненных контрольных работ.

Самооценка результатов контрольной работы. Выполняется группами из слушателей (по 3 человека в группе).

2.4 Модуль 4. Планирование рекламной кампании (РК)

Тема 2.4.1 Определение каналов продвижения торговой марки (в т.ч. в интернет-среде)

Цели рекламной кампании. Каналы продвижения рекламных сообщений до целевой аудитории. ATL и VTL каналы продвижения. Каналы продвижения в интернете. Предварительная оценка стоимости и эффективности каналов продвижения.

Тема 2.4.2 Разработка плана рекламной кампании

Рекламная стратегия компании. Виды рекламных стратегий. Бюджет РК и его сегментирование. Разработка плана рекламной кампании. Цели и задачи. Маркеры и оценка эффективности.

Тема 2.4.3 Указание потенциальных способов оценки эффективности РК в интернете

Инструменты и маркеры оценки эффективности РК в интернете. Оценка эффективности продвижения по ключевым словам. Использование инструментов Яндекс.Директ для оценки эффективности РК в интернете.

Тема 2.4.4 Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок

Контрольная работа по Модулю 4 (в полном соответствии с аналогичным модулем КОД 2.1).

Мастер-класс с разбором оценок выполненных контрольных работ.

Самооценка результатов контрольной работы. Выполняется группами из слушателей (по 3

человека в группе).

2.5 Модуль 5. Продвижение в интернете. SEO-Копирайтинг

Тема 2.5.1 Поисковые системы и их возможности для интернет продвижения
Продвижение в интернете. Интернет-маркетинг и его основные направления.
Копирайтинг. Задачи копирайтера. Основные направления работ копирайтера.

Тема 2.5.2 Яндекс.Директ

Яндекс.Директ и его возможности по продвижению по ключевым словам. Понятие оптимизации. Бюджет продвижения по ключевым словам в Яндексе.

Тема 2.5.3 Google AdWords

Преимущества и недостатки Google AdWords для продвижения по ключевым словам.

Тема 2.5.4 SEO-продвижение

SEO-продвижение и оптимизация. Что такое оптимизация, что она дает. Способы ее достижения.

Тема 2.5.5 СММ-продвижение

Социальные сети. СММ-продвижение и его особенности. Виды СММ-продвижения. Возможности ведения РК в социальных сетях. Блоггерство.

Тема 2.5.6 Копирайтинг с учетом SEO

Использование копирайтером ключевых слов для SEO-продвижения в интернете. Особенности работы копирайтера при продвижениям по ключевым словам.

Тема 2.5.7 Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок

Контрольная работа по Модулю 5 (в полном соответствии с аналогичным модулем КОД 2.1).

Мастер-класс с разбором оценок выполненных контрольных работ.

Самооценка результатов контрольной работы. Выполняется группами из слушателей (по 3 человека в группе).

2.6 Модуль 6. WEB-визуализация

Тема 2.6.1 Разработка визуальной концепции мини-сайта (лендинг-пейджа) в рамках РК (эскиз)

Основные виды мини-сайтов. Сайт-визитка. Лендинг-пейдж. Структуры мини-сайтов. Варианты дизайнов.

Тема 2.6.2 Подготовка материалов и конструирование макета в WiX

Использование конструкторов сайтов для разработки и публикации мини-сайтов. Возможности конструктора Wix и его сервисы. Два основных способа создания дизайна сайта в Wix. Автоматические и авторские подходы.

Тема 2.6.3 Публикация макета прототипа в интернете

Варианты публикации сайта посредством конструкторов. Недостатки бесплатной публикации. Возможности и особенности платной публикации посредством конструктора.

Тема 2.6.4 SEO-оптимизация макета в WiX

Инструментарий SEO-оптимизации посредством конструктора. Ограничения оптимизации при бесплатных публикациях.

Тема 2.6.5 Тестирование и окончательная публикация сайта

Платные возможности и тарифы публикаций. Регистрация сайта в поисковых системах. Окончательная публикация и поддержка сайта.

Тема 2.6.6 Технологии СММ продвижения

Дополнительные возможности конструктора по СММ продвижению сайта

Тема 2.6.7 Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок

Контрольная работа по Модулю 6 (в полном соответствии с аналогичным модулем КОД 2.1).

Мастер-класс с разбором оценок выполненных контрольных работ.

Самооценка результатов контрольной работы. Выполняется группами из слушателей (по 3 человека в группе).

2.7 Модуль 7. Подготовка и проведение презентации

человека в группе).

2.5 Модуль 5. Продвижение в интернете. SEO-Копирайтинг

Тема 2.5.1 Поисковые системы и их возможности для интернет продвижения
Продвижение в интернете. Интернет-маркетинг и его основные направления.
Копирайтинг. Задачи копирайтера. Основные направления работ копирайтера.

Тема 2.5.2 Яндекс.Директ

Яндекс.Директ и его возможности по продвижению по ключевым словам. Понятие оптимизации. Бюджет продвижения по ключевым словам в Яндексе.

Тема 2.5.3 Google AdWords

Преимущества и недостатки Google AdWords для продвижения по ключевым словам.

Тема 2.5.4 SEO-продвижение

SEO-продвижение и оптимизация. Что такое оптимизация, что она дает. Способы ее достижения.

Тема 2.5.5 СММ-продвижение

Социальные сети. СММ-продвижение и его особенности. Виды СММ-продвижения. Возможности ведения РК в социальных сетях. Блоггерство.

Тема 2.5.6 Копирайтинг с учетом SEO

Использование копирайтером ключевых слов для SEO-продвижения в интернете. Особенности работы копирайтера при продвижениях по ключевым словам.

Тема 2.5.7 Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок

Контрольная работа по Модулю 5 (в полном соответствии с аналогичным модулем КОД 2.1).

Мастер-класс с разбором оценок выполненных контрольных работ.

Самооценка результатов контрольной работы. Выполняется группами из слушателей (по 3 человека в группе).

2.6 Модуль 6. WEB-визуализация

Тема 2.6.1 Разработка визуальной концепции мини-сайта (лендинг-пейдж) в рамках РК (эскиз)

Основные виды мини-сайтов. Сайт-визитка. Лендинг-пейдж. Структуры мини-сайтов. Варианты дизайнов.

Тема 2.6.2 Подготовка материалов и конструирование макета в WiX

Использование конструкторов сайтов для разработки и публикации мини-сайтов. Возможности конструктора Wix и его сервисы. Два основных способа создания дизайна сайта в Wix. Автоматические и авторские подходы.

Тема 2.6.3 Публикация макета прототипа в интернете

Варианты публикации сайта посредством конструкторов. Недостатки бесплатной публикации. Возможности и особенности платной публикации посредством конструктора.

Тема 2.6.4 SEO-оптимизация макета в WiX

Инструментарий SEO-оптимизации посредством конструктора. Ограничения оптимизации при бесплатных публикациях.

Тема 2.6.5 Тестирование и окончательная публикация сайта

Платные возможности и тарифы публикаций. Регистрация сайта в поисковых системах. Окончательная публикация и поддержка сайта.

Тема 2.6.6 Технологии СММ продвижения

Дополнительные возможности конструктора по СММ продвижению сайта

Тема 2.6.7 Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок

Контрольная работа по Модулю 6 (в полном соответствии с аналогичным модулем КОД 2.1).

Мастер-класс с разбором оценок выполненных контрольных работ.

Самооценка результатов контрольной работы. Выполняется группами из слушателей (по 3 человека в группе).

2.7 Модуль 7. Подготовка и проведение презентации

Тема 2.7.1 Современные цифровые технологии подготовки и проведения презентаций
Обзор наиболее популярных систем создания электронных публикации. Особенности сетевых систем. Преимущества сетевых систем и конструкторов, в том числе и для коллективной работы.

Основные требования и рекомендации к созданию электронных презентаций.

Тема 2.7.2 Технологии защиты проектов

Технологии проведения презентаций и защит проектов. Основные требования и советы к выступающему. Как поддерживать внимание аудитории. Основные ошибки выступающих.

Тема 2.7.3. Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок

Контрольная работа по Модулю 7 (в полном соответствии с аналогичным модулем КОД 2.1).

Мастер-класс с разбором оценок выполненных контрольных работ.

Самооценка результатов контрольной работы. Выполняется группами из слушателей (по 3 человека в группе).

Раздел 3. Квалификационный экзамен

Тема 3.1.1. Демонстрационный экзамен по компетенции

Демонстрационный экзамен по КОД 2.1. Продолжительность 2 дня или 13 часов (астрономических).

3.4 Календарный учебный график (порядок освоения модулей)

Период обучения (недели)*	Наименование модуля
1 неделя	<p>Раздел 1. Теоретическое обучение</p> <p>1.1Современные профессиональные технологии в рекламе 1.2Ознакомление с WSI и Ворлдскиллс Россия. Стандарт компетенции T14 «Реклама» 1.3Требования охраны труда и техники безопасности</p> <p>2.Раздел 2. Профессиональный курс</p> <p>2.1Модуль 1. Составление брифа</p> <p>2.1.1Определение структуры брифа 2.1.2Проведение первичного анализа рынка и конкурентной среды 2.1.3Создание брифа и оценка соответствия его поставленной задаче 2.1.4Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок</p> <p>2.2Модуль 2. Разработка ключевых элементов рекламной кампании</p> <p>2.2.1Выделение ключевого инсайта кампании (на основе анализа конкурентной среды, анализа ситуации на рынке) 2.2.2Разработка нейма и тестирование его на оригинальность 2.2.3Разработка слогана кампании (на основе ранее выделенного инсайта) и тестирование его на оригинальность 2.2.4Первичная визуализация идеи (через mood board)</p>
2 неделя	<p>2.2.5Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок</p> <p>2.3Модуль 3. Графика и инфографика</p> <p>2.3.1Визуализация торговой марки (логотип, инфографика) 2.3.2Разработка логотипа 2.3.3Разработка инфографики 2.3.4Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок</p> <p>2.4Модуль 4. Планирование рекламной кампании</p>

	<p>2.4.1 Определение каналов продвижения торговой марки (в т.ч. в интернет-среде)</p> <p>2.4.2 Разработка плана рекламной кампании</p>
3 неделя	<p>2.4.3 Указание потенциальных способов оценки эффективности РК в интернете</p> <p>2.4.4 Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок</p> <p>2.5 Модуль 5. Продвижение в интернете. SEO-Копирайтинг</p> <p>2.5.1 Поисковые системы и их возможности для интернет продвижения</p> <p>2.5.2 Яндекс.Директ</p> <p>2.5.3 Google AdWords</p> <p>2.5.4 SEO-продвижение</p> <p>2.5.5 СММ-продвижение</p> <p>2.5.6 Копирайтинг с учетом SEO</p> <p>2.5.7 Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок</p> <p>2.6 Модуль 6. WEB-визуализация</p> <p>2.6.1 Разработка визуальной концепции мини-сайта (лендинг-пейджа) в рамках РК (эскиз)</p> <p>2.6.2 Подготовка материалов и конструирование макета в WiX.</p> <p>2.6.3 Публикация макета прототипа в интернете</p> <p>2.6.4 SEO-оптимизация макета в WiX (поисковая оптимизация)</p> <p>2.6.5 Тестирование и окончательная публикация сайта</p> <p>2.6.6 Технологии СММ продвижения</p> <p>2.6.7 Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок</p>
4 неделя	<p>2.7 Модуль 7. Подготовка и проведение презентации</p> <p>2.7.1 Современные цифровые технологии подготовки и проведения презентаций</p> <p>2.7.2 Технологии защиты проектов</p> <p>2.7.3 Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок</p> <p>3. Квалификационный экзамен</p> <p>3.1 Демонстрационный экзамен по компетенции</p>
<p>*-Точный порядок реализации модулей (дисциплин) обучения определяется в расписании занятий.</p> <p><i>Данный календарь рассчитан на четырехнедельные занятия по схеме понедельник-пятница – 6 часов в день. Суббота – 6- 8 часов. Воскресенье – выходной.</i></p>	

4. Организационно-педагогические условия реализации программы

4.1. Материально-технические условия реализации программы

Наименование помещения	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
Лаборатория, компьютерный класс	Лекции, практические занятия, тестирование, демонстрационный экзамен	Оборудование, оснащение рабочих мест, инструменты и расходные материалы – в соответствии с инфраструктурным листом по компетенции Ворлдскиллс

4.2. Учебно-методическое обеспечение программы

- техническое описание компетенции;
- комплект оценочной документации по компетенции;
- печатные раздаточные материалы для слушателей;
- учебные пособия, изданных по отдельным разделам программы;
- профильная литература;
- отраслевые и другие нормативные документы;
- электронные ресурсы и т.д.
- Официальный сайт оператора международного некоммерческого движения WorldSkills International - Союз «Молодые профессионалы (Ворлдскиллс Россия)» (электронный ресурс) режим доступа: <https://worldskills.ru>;
- Единая система актуальных требований Ворлдскиллс (электронный ресурс) режим доступа: <https://esat.worldskills.ru>.

4.3. Кадровые условия реализации программы

Количество ППС (физических лиц), привлеченных для реализации программы 4 чел. Всего в кадровом резерве 12 человек. Из них:

- Сертифицированных экспертов Ворлдскиллс по соответствующей компетенции 1 чел.
- Экспертов с правом проведения чемпионата по стандартам Ворлдскиллс по соответствующей компетенции 3 чел.
- Экспертов с правом оценки демонстрационного экзамена по стандартам Ворлдскиллс 8 чел.

Данные ППС, привлеченных для реализации программы

№ п/п	ФИО	Статус в экспертном сообществе Ворлдскиллс	Должность
1.	Павлов Игорь Вадимович	Менеджер компетенции, сертифицированный эксперт	ФГАОУ ВО РУДН Менеджер проектов
2.	Березина Анна Олеговна	Региональный эксперт	ГБПОУ 1МОК – Заведующий кафедрой Рекламы
3.	Погадаева Евгения Николаевна	Региональный эксперт	ГБПОУ Свердловской области "Уральский государственный колледж имени И.И. Ползунова", методист, заведующая кафедрой "Реклама"
4.	Кулемасова Елена Вячеславовна	Региональный эксперт	ГБПОУ МИПК им. И.Федорова, преподаватель
5.	Зенкина Евгения Александровна	Эксперт ДЭ	Адидас, менеджер рекламного отдела
6.	Горовец Александра Владимировна	Эксперт ДЭ	ГБПОУ 1МОК - преподаватель
7.	Кармашёва Наталья Викторовна	Эксперт ДЭ	ГБПОУ Технологический колледж №24, Руководитель отдела связей с общественностью
8.	Гагарина Татьяна Анатольевна	Эксперт ДЭ	ГБПОУ 1МОК - преподаватель

9.	Кобяков Илья Владимирович	Эксперт ДЭ	ООО "БРЕНДСАЙДЕРЗ", стратег
10.	Дементьева Дарья Андреевна	Эксперт ДЭ	ГБПОУ 1МОК - преподаватель
11.	Шелкова Алёна Александровна	Эксперт ДЭ	«Camber factory», менеджер
12.	Горлов Сергей Юрьевич	Эксперт ДЭ	РУДН, преподаватель

5. Оценка качества освоения программы

Промежуточная аттестация по программе предназначена для оценки освоения слушателем модулей программы и проводится в виде зачетов и (или) экзаменов. По результатам любого из видов итоговых промежуточных испытаний, выставляются отметки по двухбалльной («удовлетворительно» («зачтено»), «неудовлетворительно» («не зачтено»)) или четырех балльной системе («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

Итоговая аттестация проводится в форме квалификационного экзамена, который включает в себя практическую квалификационную работу (в форме демонстрационного экзамена) и проверку теоретических знаний (тестирование).

Для итоговой аттестации используется КОД № 2.2 «Короткие программы» по компетенции «Реклама», размещенный в соответствующем разделе на электронном ресурсе esat.worldskills.ru

6. Составители программы

Павлов Игорь Вадимович, менеджер компетенции, сертифицированный эксперт.

Трубач Ольга Александровна, ведущий специалист по организации программ обучения, Академия WorldSkills Russia Союз «Молодые профессионалы (Ворлдскиллс Россия)»