

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Колледж информационных и креативных технологий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

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

программы подготовки специалистов среднего звена
42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Рабочая программа учебной практики разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21 июля 2023 г. № 552.

Разработчик: А.А. Макаренко, преподаватель

Рассмотрено и одобрено на заседании цикловой методической комиссии
Протокол №9 от «20» мая 2026 г.

Председатель ПЦК _____



подпись

А.А. Макаренко

СОДЕРЖАНИЕ

- 1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**
- 2 ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЁННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ООП СПО**
- 3 ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ**
- 4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ**
- 5 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ**
- 6 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ И ПО ПОДГОТОВКЕ ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ**
- 7 ПРИЛОЖЕНИЯ**
 - Приложение А. Макет направления на практику**
 - Приложение Б. Макет индивидуального задания на практику**
 - Приложение В. Пример оформления дневника практики**
 - Приложение Г. Рекомендации к оформлению отчета по практике**
 - Приложение Д. Образец оформления титульного листа отчета по практике**
 - Приложение Е. Макет аттестационного листа**
 - Приложение Ж. Макет характеристики на студента**

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

1.1 Место практики в структуре основной образовательной программы

Учебная практика является частью основной образовательной программы (далее ООП) подготовки специалистов среднего звена; в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама».

Учебная практика проводится в 4 семестре, трудоёмкость составляет 72 часа, 2 недели.

Форма контроля - дифференцированный зачёт.

Форма проведения практики – концентрированно.

1.2 Цель и задачи практики

Целью учебной практики является - формирование у обучающихся первоначального практического опыта и освоение профессионального модуля ПМ.03 в части продвижения торговых марок, брендов и организаций в интернет-среде.

Задачи практики:

- овладеть технологиями создания контента для цифровых коммуникаций;
- освоить методы поисковой оптимизации (SEO) веб-ресурсов;
- изучить инструменты продвижения в социальных сетях (SMM);
- сформировать навыки настройки и запуска контекстной рекламы;
- освоить сервисы веб-аналитики для оценки эффективности кампаний.

2 ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЁННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ООП СПО

В результате прохождения практики, обучающиеся должны продемонстрировать следующие результаты обучения:

иметь практический опыт:

- разработка комплексной стратегии продвижения бренда в цифровой среде;
- создание и оптимизация рекламного контента для различных интернет-площадок;
- настройка, запуск и оптимизация таргетированных и контекстных рекламных кампаний;
- администрирование и наполнение официальных сообществ бренда в социальных сетях;
- работа с системами веб-аналитики и веб-метрики для оценки трафика;
- аудит юзабилити и поисковой оптимизации (SEO) корпоративных сайтов;
- формирование аналитических отчетов по эффективности интернет-маркетинга;

уметь:

- анализировать целевую аудиторию, конкурентов и позиционирование бренда;
- составлять медиапланы и рассчитывать бюджет цифровых рекламных кампаний;
- работать в графических редакторах для создания визуального контента;
- формулировать технические задания для дизайнеров, копирайтеров и веб-разработчиков;
- настраивать цели, события и отслеживать конверсии на посадочных страницах;
- использовать сервисы автоматизации маркетинга и планирования публикаций;
- собирать семантическое ядро для поискового продвижения организации;
- интерпретировать показатели CTR, CPC, CPA, ROI, ROMI и LTV.

знать:

- основы интернет-маркетинга, интернет-брендинга и цифровых коммуникаций;
- алгоритмы ранжирования поисковых систем и принципы SEO-оптимизации;
- специфику, форматы и инструменты продвижения на различных SMM-платформах;

- виды, технологии размещения и правила создания контекстной и баннерной рекламы;
- функционал и интерфейсы современных систем веб-аналитики (Яндекс.Метрика и аналоги);
- методы защиты репутации бренда в сети (ORM/SERM) и работы с негативом;
- законодательные нормы, регулирующие рекламу в сети Интернет и маркировку рекламы;
- тренды развития цифровых технологий и инструментов коммуникации.

В результате прохождения практики у обучающихся формируются профессиональные компетенции (ПК), соответствующие основному виду деятельности:

Код компетенции	Формулировка компетенции
Перечень профессиональных компетенций	
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

3 ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

3.1 Этапы прохождения учебной практики

Содержание учебной практики, структурированное по разделам и видам работ с указанием основных действий и последовательности их выполнения, приведено в таблице.

Этап практики	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся. Виды работ ²	Количество часов
1	2	3
Подготовительный	Инструктаж по технике безопасности. Инструктаж на рабочем месте.	2
Основной (экспериментальный)	1. Анализ бренда и целевой аудитории в Интернет: - Исследование позиционирования торговой марки и анализ конкурентной среды в сети; - Определение и сегментация целевой аудитории, составление карт персонажей (CJM). 2. Поисковый аудит и SEO-оптимизация веб-ресурсов: - Сбор и кластеризация семантического ядра для продвигаемой организации; - Проведение технического аудита сайта и оптимизация мета-тегов (Title, Description). 3. Разработка контент-стратегии и копирайтинг: - Составление контент-плана для различных цифровых каналов коммуникации; - Написание рекламных, информационных и вовлекающих текстов (копирайтинг, SEO-тексты). 4. Продвижение в социальных сетях (SMM): - Создание, оформление и брендинг публичных страниц и сообществ организации; - Настройка инструментов автоматизации публикаций и взаимодействия с аудиторией.	62

	5. Настройка таргетированной рекламы: - Разработка визуальных креативов и текстовых объявлений для социальных сетей; - Настройка параметров таргетинга (гео, демография, интересы) и парсинг аудиторий. 6. Контекстная реклама и digital-кампании: - Настройка рекламных кампаний в поисковых и тематических сетях (Яндекс.Директ); - Работа с операторами поисковых запросов и составление списков минус-слов. 7. Внедрение систем веб-аналитики: - Интеграция счетчиков аналитики (Яндекс.Метрика) на посадочные страницы; - Настройка целей, отслеживание конверсий и UTM-меток для рекламных ссылок. 8. Управление репутацией бренда (ORM/SERM): - Мониторинг упоминаний бренда и организации в поисковой выдаче и на отзывах; - Разработка скриптов и алгоритмов работы с негативными отзывами и обратной связью. 9. Оценка эффективности интернет-маркетинга: - Расчет ключевых медиапоказателей эффективности (CTR, CPC, CPA, CPL); - Анализ поведенческих факторов пользователей (вебвизор, тепловые карты кликов).	
Заключительный	1. Обобщение полученных материалов	8
	2. Подготовка и оформление отчета о практике. Предоставление дневника по практике и других необходимых документов.	
	3. Защита отчета по практике	
Всего:		72

3.2 Виды работ:

1. Разработка комплексной стратегии продвижения бренда в цифровой среде и проведение конкурентного анализа интернет-активности.
2. Сбор, кластеризация семантического ядра и оптимизация мета-тегов веб-ресурса для поисковых систем (SEO).
3. Создание, визуальное оформление и первичное наполнение официальных сообществ организации в социальных сетях (SMM).
4. Разработка рекламных креативов, текстовых объявлений и настройка параметров таргетированной рекламы на целевую аудиторию.
5. Настройка, сборка семантики и запуск тестовых рекламных кампаний на поиске и в партнерских сетях (Яндекс.Директ).
6. Интеграция кодов счетчиков веб-аналитики на посадочные страницы, разметка ссылок UTM-метками и настройка целей/конверсий.
7. Проведение мониторинга упоминаний бренда, аудит поисковой выдачи по репутационным запросам и составление скриптов работы с отзывами (SERM).
8. Сбор маркетинговых метрик, расчет ключевых показателей эффективности (CTR, CPC, CPA) и формирование итогового аналитического отчета.
9. Задания на практику разрабатываются в соответствии с планируемыми результатами обучения.

4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

4.1 Материально-техническое обеспечение

Мастерская «Реклама».

Основное оборудование: Специализированное компьютерное рабочее место, доска учебная, мультимедийный комплект, multifunctional устройство.

Программное обеспечение: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop.

Универсальные и служебные программы:

Google Chrome, Yandex Browser, Microsoft Edge, Microsoft Office, 7-Zip, WinRAR, Zeal, Adobe Acrobat, Total Commander, My Lockbox. Основное программное обеспечение для выполнения задач:

Помещение для самостоятельной и воспитательной работы обучающихся, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Основное оборудование: Рабочие места на базе компьютерной техники с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ВВГУ: комплекты учебной мебели (столы и стулья) – 19 шт., персональные компьютеры (облачные мониторы) - 19 шт.; доска маркерная - 1 шт., лазерный копир-принтер-сканер с 2 лотками Xerox WorkCentre 3345 DNI.

Программное обеспечение: Microsoft Windows 7 Professional; Microsoft Office ProPlus 2010 Russian Acdmc; СПС КонсультантЮрист: Версия Проф; Adobe Acrobat Reader; Google Chrome; Adobe Flash Player; 7-Zip 18.01 (x64).

4.2 Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации практики библиотечный фонд ВВГУ укомплектован печатными и электронными изданиями.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Основная литература:

1. Жильцова, О. Н. Интернет-маркетинг: учебник для вузов / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2025. – 335 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-15098-8. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/560243>

2. Милинчук, Е. С. SMM-маркетинг: учебник для вузов / Е. С. Милинчук. – Москва: Издательство Юрайт, 2026. – 216 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-17395-6. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/589325>

3. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2026. – 344 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-19800-3. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/582727>

Дополнительная литература:

1. Жильцова, О. Н. Технология интернет-маркетинга: учебник для СПО / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2025. – 335 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-15098-8. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/560243>

2. Управление коммуникационными проектами: учебник для вузов / ответственные редакторы В. А. Ачкасова, И. А. Быков. – Москва: Издательство Юрайт, 2026. – 236 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-21737-7. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/590355>

3. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг: учебник и практикум для СПО / Е. Е. Кузьмина. – Москва: Издательство Юрайт, 2026. – 398 с. – (Профессиональное образование). – ISBN

Электронные ресурсы

1. Информационно-справочная система «Консультант Плюс» – consultant.ru
2. Профессиональная база данных: «Открытая база ГОСТов» / Режим доступа: standartgost.ru, доступ свободный
3. Электронная библиотечная система «РУКОНТ» – Режим доступа: rucont.ru
4. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM – Режим доступа: znanium.com
5. Электронно-библиотечная система издательства «Юрайт» – Режим доступа: <https://urait.ru/>
6. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» – Режим доступа: lanbook.com
7. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина (база данных различных профессиональных областей) Режим доступа: prlib.ru, доступ свободный.

5 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1.	Соответствие созданного контента целям и позиционированию бренда; Грамотность составления контент-плана и рекламных текстов; Корректность визуального оформления и верстки публикаций.	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения практики; Отчёт по практике
ПК 3.2.	Корректность настройки параметров таргетированной и контекстной рекламы; Обоснованность выбора каналов продвижения и инструментов автоматизации; Точность подбора семантического ядра и минус-слов.	
ПК 3.3.	Правильность интеграции счетчиков веб-аналитики и разметки ссылок; Точность расчета ключевых метрик эффективности (CTR, CPC, CPA, ROI); Глубина анализа данных и обоснованность выводов в итоговом отчете.	

Для оценки достижения запланированных результатов обучения по практике разработаны контрольно-оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, которые прилагаются к программе практики.

6 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ И ПО ПОДГОТОВКЕ ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ

6.1 Общие положения

Направление студентов на практику оформляется приказом, которым утверждается вид практики, сроки проведения практики, место прохождения практики, руководитель практики от университета.

Студенты, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, имеют право проходить практику в организации (предприятии) по месту работы в случаях, если осуществляемая ими профессиональная деятельность соответствует целям практики.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов выбор мест прохождения практик согласуется с требованием их доступности для данных обучающихся и практика проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При необходимости (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

6.2 Обязанности руководителей практики и обучающихся

Руководитель практики от ВВГУ:

- проводит организационное собрание, на котором знакомит обучающихся с особенностями проведения и с содержанием практики;
- выдает студенту индивидуальное задание на практику;
- участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ООП СПО;
- оказывает методическую помощь (консультирование) обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий;
- по окончании практики проводит промежуточную аттестацию и выставляет результат в ведомость и зачетную книжку студента.

Обучающийся должен:

- присутствовать на организационном собрании по практике;
- своевременно прибыть на место практики с предъявлением направления;
- соблюдать внутренний распорядок, выполнять требования охраны труда и режима рабочего дня, соответствующие действующим нормам трудового законодательства;
- полностью выполнять все виды работ в сроки, установленные заданием на практику;
- ежедневно заполнять дневник практики;
- по завершению практики в установленные сроки сдать руководителю практики от ВВГУ оформленные в соответствии с требованиями настоящей программы отчетные документы по практике.

6.3 Документы, регламентирующие проведение практики

Для прохождения практики студенту выдается:

- направление на практику (Приложение А);
- индивидуальное задание (Приложение Б);
- макет дневника практики (Приложение В);
- рекомендации по оформлению отчета по практике (Приложения Г, Д).

Руководитель практики от профильной организации оформляет аттестационный лист об уровне освоения профессиональных компетенций студентом (Приложение Е) и характеристику (Приложение Ж).

6.4 Контроль и оценка результатов практики

Контроль за прохождением практики осуществляется руководителем практики от ВВГУ в период посещения мест проведения практики, бесед с руководителями практики от предприятий, встреч с обучающимися.

По окончании практики студенты предоставляют руководителю документы, свидетельствующие о выполнении программы практики в полном объеме:

- дневник и отчет по практике в соответствии с индивидуальным заданием;
- аттестационный лист и характеристику на обучающегося, оформленные руководителем практики от предприятия.

Дневник практики (Приложение В) ведется студентом ежедневно, в нем указываются дата, виды и объем работ, выполненных за день, а также проставляется оценка и подпись руководителя практики от предприятия.

По итогам практики руководителями формируются аттестационные листы (Приложение Е), содержащие сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, а также характеристики (Приложение Ж) на каждого обучающегося за период прохождения практики.

Дневник, аттестационный лист, характеристика заверяются печатью и подписью руководителя практики от предприятия.

На протяжении всего периода работы в организации студент должен в соответствии с программой практики собирать и обрабатывать необходимый материал, а затем представить его в виде оформленного отчета о практике своему руководителю. Отчет о практике является основным документом студента, отражающим, выполненную им во время практики работу. Отчет о практике составляется индивидуально каждым студентом. В плане – графике по практике рекомендуется отводить завершающие 2-3 дня для составления, редактирования и оформления отчета студентами.

Отчет о практике должен включать текстовый, графический и другой иллюстративный материал. Отчет должен отражать выполнение индивидуального задания программы практики, заданий и поручений, полученных от руководителя практики организации (предприятия). Отчет должен содержать анализ деятельности организации (предприятия), выводы о приобретенных навыках и практическом опыте по конкретным видам работ. Рекомендации по написанию и оформлению отчета приведены в Приложениях Г, Д.

Аттестация по практике.

Оформленный отчет по практике с прилагаемыми к нему документами (дневник практики, аттестационный лист, характеристика) сдаются руководителю практики студентом в сроки, определенные графиком учебного процесса и этапами прохождения практики. Результаты обучения по практике оцениваются руководителем практики от ВВГУ на зачете с выставлением оценки. К сдаче зачета в форме защиты отчета по практике допускаются студенты, выполнившие требования программы практики и предоставившие отчетные документы. Руководитель практики на основании критериев, представленных в КОС по практике, проводит промежуточную аттестацию и выставляет результат в ведомость и зачетную книжку студента.

Студент, не защитивший в установленные сроки отчет по практике, считается имеющим академическую задолженность и должен устранить её в соответствии с требованиями, установленными локальным актом ВВГУ.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Колледж информационных и креативных технологий

КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

для проведения промежуточной аттестации по
учебной практике

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

программы подготовки специалистов среднего звена
42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

1 Общие сведения

Контрольно-оценочные средства (далее – КОС) предназначены для оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной практики.

КОС включают в себя контрольные материалы для проведения промежуточной аттестации по практике, которая проводится в форме дифференцированного зачёта с использованием оценочного средства – защита отчета по практике.

2 Планируемые результаты обучения по практике, обеспечивающие результаты освоения образовательной программы

Код компетенции	Код результата обучения	Наименование результата обучения
ПК 3.1	П1	Разработка комплексной стратегии продвижения бренда в цифровой среде и проведение конкурентного анализа интернет-активности.
	П2	Разработка комплексной стратегии продвижения бренда в цифровой среде и проведение конкурентного анализа интернет-активности.
	У1	Анализ целевой аудитории, конкурентов и позиционирование бренда в сети Интернет.
	У2	Работа в графических редакторах для создания визуального контента и формулировать ТЗ для дизайнеров и копирайтеров.
	З1	Основы интернет-маркетинга, интернет-брендинга и цифровых коммуникаций.
	З2	Специфику, форматы и инструменты продвижения на различных SMM-платформах.
ПК 3.2	П3	Настройка, запуск и оптимизация таргетированных и контекстных рекламных кампаний в сети.
	П4	Сбор, кластеризация семантического ядра и оптимизация мета-тегов веб-ресурса для поисковых систем (SEO).
	У3	Составление медиаплана и расчёт бюджета цифровых рекламных кампаний.
	У4	Сбор семантического ядра и минус-слов для поискового продвижения организации.
	З3	Алгоритмы ранжирования поисковых систем и принципы SEO-оптимизации.
	З4	Виды, технологии размещения и правила создания контекстной и баннерной рекламы.
ПК 3.3	П5	Интеграция кодов счетчиков веб-аналитики на посадочные страницы, разметки ссылок UTM-метками и настройки целей.
	П6	Сбор маркетинговых метрик и формирование итогового аналитического отчета по эффективности интернет-маркетинга.
	У5	Настройка целей, событий и отслеживание конверсии на посадочных страницах.
	У6	Интерпретировать показатели CTR, CPC, CPA, ROI, ROMI и LTV.
	З5	Функционал и интерфейсы современных систем веб-аналитики (Яндекс.Метрика и аналоги).

3 Соответствие оценочных средств контролируемыми результатам обучения

Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения
П1	Полнота и глубина проведенного конкурентного анализа интернет-активности торговой марки; Обоснованность выбора каналов продвижения в цифровой стратегии.
П2	Качество визуального оформления и структура созданных сообществ бренда; Соответствие контента специфике выбранной социальной сети.
У1	Точность определения границ целевой аудитории и сегментов рынка; Логика построения карты пути клиента (СJM).
У2	Точность определения границ целевой аудитории и сегментов рынка; Логика построения карты пути клиента (СJM).
З1	Знание терминологического аппарата интернет-маркетинга и принципов интернет-брендинга.
З2	Понимание различий между функционалом и аудиторией современных SMM-платформ.
ПЗ	Отсутствие критических ошибок при первичной настройке таргетированной и контекстной рекламы; Оптимальность структуры рекламных аккаунтов.
П4	Полнота собранного семантического ядра и корректность его кластеризации; Грамотность оптимизации мета-тегов страниц сайта.
УЗ	Реалистичность и обоснованность расчетов в медиаплане рекламной кампании.
У4	Качество проработки списков ключевых фраз и релевантность минус-слов.
ЗЗ	Понимание факторов ранжирования сайтов в основных поисковых системах.
З4	Знание рекламных форматов, аукционных моделей и правил модерации объявлений.
П5	Корректность установки кодов счетчиков аналитики и проверки их работоспособности; Правильность разметки рекламных ссылок UTM-метками.
П6	Точность сводных расчетов эффективности и аккуратность оформления итогового отчета.
У5	Самостоятельность и безошибочность настройки целей и отслеживания событий.
У6	Скорость и правильность выявления причин падения или роста показателей CTR, CPC, CPA.
З5	Знание структуры интерфейса и аналитических отчетов современных систем веб-аналитики.

4 Описание процедуры оценивания

При проведении промежуточной аттестации оценивается достижение студентом запланированных по практике результатов обучения, обеспечивающих результаты освоения образовательной программы в целом. Результаты обучения по практике, уровень сформированности компетенций оцениваются по четырёх бальной шкале оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

В установленные программой практики сроки студентом оформляется и сдаётся руководителю практики от ВВГУ письменный отчет по практике с приложением отчетных документов (дневник практики, аттестационный лист, характеристика). На зачете студент защищает отчет по практике. Устный доклад может быть представлен в форме сообщения или в форме презентации.

Критерии оценивания устного ответа
(оценочное средство – собеседование)

5 баллов - ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

4 балла - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

3 балла – ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

2 балла – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Критерии оценивания письменной работы

(оценочное средство: отчет по практике).

5 баллов - отчет по практике сдан в установленный срок, оформление и содержание соответствует предъявляемым требованиям. Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения. В отчете представлена информация об объекте практики, индивидуальное задание выполнено в полном объеме, приведены статистические сведения, информация нормативно-правового характера, данные отечественной и зарубежной литературы. Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его; владеет навыком самостоятельной работы по заданной теме; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.

4 балла – отчет по практике сдан в установленный срок, оформление и содержание соответствует предъявляемым требованиям. В отчете представлена информация об объекте практики, индивидуальное задание выполнено в полном объеме, но допущены одна-две ошибки, приведены статистические сведения, информация нормативно-правового характера, данные отечественной и зарубежной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; допущены одна-две ошибки в оформлении работы.

3 балла – отчет по практике не сдан в установленный срок, оформление и содержание соответствует предъявляемым требованиям не в полном объеме. В отчете представлена не полная информация об объекте практики, индивидуальное задание выполнено не в полном объеме. Выводы сделаны, но не обоснованы. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы, допущено более двух ошибок в оформлении работы.

2 балла - отчет по практике не сдан в установленный срок, оформление и содержание не соответствует предъявляемым требованиям; индивидуальное задание не выполнено, выводы отсутствуют. Допущено значительное количество ошибок в оформлении работы.

Результирующая оценка по практике выставляется с учетом трёх оценок по формуле:

$$O_{рез.} = 0,3 \times \text{Доклад} + 0,3 \times \text{Отчет} + 0,4 \times \text{Отзыв, где}$$

Доклад - оценка за устный доклад на защите;

Отчет - оценка за оформленный письменно отчет, включающий дневник по практике;

Отзыв – оценка, рекомендуемая руководителем практики от предприятия (организации).

Результирующая оценка округляется арифметически ($\geq 0,5 = 1$).

Критерии выставления результирующей оценки студенту на зачете

Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенций
«отлично»	Студент демонстрирует владение первоначальным практическим опытом, сформированность общих и профессиональных компетенций на продвинутом уровне: при выполнении задания по практике студент проявил самостоятельность, творческий подход и инициативу, сделал правильные, глубокие выводы, внес предложения; отчетные документы сданы в установленные сроки; отчет написан грамотно, оформлен в соответствии с требованиями; на защите студент умеет тесно увязать теорию с практикой, логически верно, аргументировано и ясно дать ответы на поставленные вопросы; демонстрирует понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии, интерес к ней; демонстрирует умение принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях, нести за них ответственность; владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
«хорошо»	Студент демонстрирует владение первоначальным практическим опытом, сформированность общих и профессиональных компетенций на базовом уровне: при выполнении задания по практике студент проявил самостоятельность, сделал правильные, но не глубокие выводы, допускаются незначительные ошибки, неточности; отчетные документы сданы в установленные сроки; отчет написан грамотно, оформлен в соответствии с требованиями; на защите студент логически верно даёт ответы на поставленные вопросы; демонстрирует понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии; демонстрирует умение принимать решения в стандартных ситуациях; владеет навыками и приемами выполнения практических задач.
«удовлетворительно»	Студент демонстрирует владение первоначальным практическим опытом, сформированность общих и профессиональных компетенций на пороговом уровне: при выполнении задания не проявил глубоких теоретических знаний и умений применять их на практике, имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей; при оформлении отчета допущены значительные ошибки, недостаточно правильные формулировки, отсутствуют выводы и/или предложения; студент испытывает затруднения при выполнении практических работ, при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
«неудовлетворительно»	Студент демонстрирует владение первоначальным практическим опытом, сформированность общих и профессиональных компетенций на уровне ниже порогового: не выполнено задание по практике; студент не

	представил в срок отчетные документы; на защите студент демонстрирует неспособность отвечать на поставленные вопросы, выражает отсутствие интереса к будущей профессии, не показывает навыки и приемы выполнения практических задач.
--	--

5. Примеры оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

5. 1. Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета

1. Каковы основные этапы разработки цифровой стратегии продвижения торговой марки в сети Интернет?
2. Какие методы используются для анализа конкурентной среды и позиционирования бренда на цифровых площадках?
3. Что такое семантическое ядро сайта, из каких этапов состоит процесс его сбора и кластеризации?
4. Назовите основные факторы поискового ранжирования сайтов и объясните роль мета-тегов (Title, Description) в SEO-оптимизации.
5. Как классифицируются социальные сети по типам аудитории и какие форматы рекламного контента эффективны для каждой из них?
6. Что включает в себя понятие «контент-стратегия» и по каким критериям составляется контент-план для бизнес-сообщества?
7. Каковы основные параметры и принципы настройки таргетированной рекламы в социальных сетях (гео, демография, интересы, ретаргетинг)?
8. В чем заключаются различия между контекстной рекламой на поиске и рекламой в партнерских сетях (РСЯ)?
9. Зачем нужны UTM-метки, какова их структура и правила интеграции в рекламные ссылки?
10. Как производится интеграция счетчиков веб-аналитики (например, Яндекс.Метрика) на сайт и для чего настраиваются «цели»?
11. Дайте определение и формулы расчета ключевых маркетинговых метрик: CTR, CPC, CPA, CPL.
12. Что показывают бизнес-метрики ROI, ROMI и LTV, и как их использовать для оценки эффективности интернет-маркетинга?
13. Каковы основные задачи систем управления репутацией (ORM/SERM) и методы вытеснения негатива из поисковой выдачи?
14. Каковы правила и алгоритмы работы официального представителя бренда с негативными отзывами и рекламациями в сети?
15. Какие требования предъявляет Федеральный закон «О рекламе» к продвижению в сети Интернет и в чем заключается процесс маркировки рекламы?

5.2 Примеры заданий на учебную практику:

Задание 1.

Анализ бренда и конкурентной среды в сети Интернет. Комплексное исследование позиционирования торговой марки и аудит активности конкурентов в digital-среде для выявления лучших практик продвижения.

Задание 2.

Разработка контент-стратегии организации. Формирование концепции позиционирования, определение тональности коммуникаций (Tone of Voice) и составление детального контент-плана для цифровых каналов.

Задание 3.

Проектирование прототипов посадочных страниц (Landing Page). Разработка визуальной структуры и макетов продающих страниц с элементами захвата внимания пользователя с помощью графических редакторов.

Задание 4.

Копирайтинг и создание рекламных креативов. Написание вовлекающих, информационных и продающих текстов, а также графическое оформление баннеров для digital-кампаний.

Задание 5.

Поисковая SEO-оптимизация веб-ресурса. Сбор семантического ядра, распределение поисковых запросов по кластерам и оптимизация мета-тегов страниц продвигаемой организации.

Задание 6.

Создание и брендрование сообществ в социальных сетях. Техническая настройка, визуальное оформление (обложки, аватары, виджеты) и первичное наполнение официальных публичных страниц организации (SMM).

Задание 7.

Настройка и запуск таргетированной рекламы. Сегментация целевой аудитории, создание рекламных объявлений в кабинете и выставление оптимальных параметров таргетинга.

Задание 8.

Разработка и запуск кампаний контекстной рекламы. Сбор ключевых фраз, фильтрация минус-слов, написание объявлений под поисковые запросы и настройка кампаний в Яндекс.Директ.

Задание 9.

Интеграция и настройка систем веб-аналитики. Установка кодов счетчиков аналитики на сайт, разметка всех рекламных ссылок UTM-метками и настройка целей на ключевые действия пользователей.

Задание 10.

Аудит репутации бренда в сети (ORM/SERM). Мониторинг поисковой выдачи по репутационным запросам, анализ отзывов на профильных площадках и создание скриптов реагирования на негатив.

5.3 Перечень примерных вопросов для собеседования по итогам практики

1. На основе каких критериев вы выбирали ключевых конкурентов вашей организации для анализа их интернет-активности?
2. Какие сильные и слабые стороны в цифровом продвижении бренда вам удалось выявить в ходе предпроектного исследования?
3. Каким образом вы сегментировали целевую аудиторию и какие ключевые боли потребителей легли в основу карты пути клиента (СJM)?
4. Чем обоснован выбор конкретных социальных сетей для продвижения вашей торговой марки?
5. Какой тип тональности коммуникаций (Tone of Voice) вы определили для бренда и как он отразился в написанных вами текстах?
6. С какими трудностями вы столкнулись при сборе семантического ядра и как вы проводили его кластеризацию?
7. По какому принципу вы распределяли высокочастотные и низкочастотные

поисковые запросы по страницам сайта при SEO-оптимизации?

8. Какие графические редакторы или сервисы вы использовали для создания рекламных баннеров и креативов?

9. Какие элементы интерфейса и блоки захвата внимания вы предусмотрели на разработанном прототипе посадочной страницы (Landing Page)?

10. Какие форматы публикаций в вашем контент-плане показали (или гипотетически имеют) наибольший уровень вовлеченности (ER)?

11. Опишите алгоритм подбора аудиторий для настройки таргетированной рекламы. Использовали ли вы парсеры?

12. Какую стратегию назначения ставок вы выбрали при симуляции настройки контекстной рекламы в Яндекс.Директ и почему?

13. Для каких именно элементов и целевых действий на сайте вы настраивали «цели» в системе веб-аналитики?

14. Объясните структуру одной из созданных вами UTM-меток. За что отвечает каждый обязательный параметр?

15. Как вы можете интерпретировать ситуацию, при которой у рекламного объявления высокий показатель CTR, но очень низкая конверсия на сайте?

16. С помощью каких инструментов и метрик вы оценивали поведенческие факторы пользователей на посадочной странице?

17. Какова была общая тональность упоминаний бренда в поисковой выдаче по результатам вашего репутационного аудита (SERM)?

18. Какой алгоритм действий вы предложили в скрипте для нейтрализации обоснованного негативного отзыва клиента в сети?

19. Соответствуют ли созданные вами рекламные материалы актуальным требованиям закона о маркировке интернет-рекламы? Как вы это учли?

20. На основе каких рассчитанных метрик (CTR, CPC, CPA) вы сделали вывод об эффективности или неэффективности предложенной вами рекламной кампании?

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Макет направления на практику

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент(ка) _____

Фамилия, имя, отчество

курс _____ группа _____, обучающийся(щаяся) по специальности / профессии СПО

направляется на (вид) практику _____

в объёме _____ недель (часов), продолжительность практики с _____ по _____,

в соответствии с приказом от _____ № _____

Место прохождения практики _____

Руководитель практики от ВВГУ _____

фамилия, имя, отчество, должность

ОТМЕТКА О ПРИБЫТИИ СТУДЕНТА НА МЕСТО ПРАКТИКИ

Прибыл на место практики « _____ » _____ 20____ г.

Принят на работу в качестве _____

Руководителем практики от предприятия (учреждения) назначен

фамилия, имя, отчество, должность

М. П.

Руководитель предприятия (учреждения) _____

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Макет индивидуального задания на практику

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ ПО (ВИД) ПРАКТИКЕ

Студент(ка) _____
Фамилия Имя Отчество

обучающийся на _____ курсе, по специальности/профессии _____

направляется на (вид) практику _____

в объеме _____ часов

в период с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 201__ г.

в организации _____

наименование организации, юридический адрес

Виды и объем работ в период (вид) практики:

№ п/п	Виды работ	Кол-во часов
1.		
2.		
3.		
4.		

Дата выдачи задания «___» _____ 20__ г.

Срок сдачи отчета по практике «___» _____ 20__ г.

Руководитель
(структурное подразделение СПО ВВГУ)

подпись

Ф.И.О.

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Пример оформления дневника практики

ДНЕВНИК прохождения (вид) практики

Студент (ка) _____

Фамилия Имя Отчество

Специальность/профессия _____

Группа _____

Место прохождения практики _____

Сроки прохождения с _____ по _____

Инструктаж на рабочем месте «__» _____ 201__ г. _____
дата подпись Ф.И.О. инструктирующего

Дата (период)	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики

Руководитель практики от предприятия

подпись

Ф.И.О.

М.П.

1. Дневник ведется по каждому разделу практики.
2. В начале дневника заполняется график прохождения практики по датам и количеству дней, в соответствии с программой практики, делается отметка о проведенном инструктаже по охране труда.
3. Ежедневно в графе «Описание выполнения производственных заданий» записывается проведенная работа в соответствии с программой практики и указанием непосредственного руководителя, а также заносятся подробные описания действий, студента на практике.
4. В записях следует четко выделить:
 - с чем ознакомился
 - что видел и наблюдал
 - что было сделано самостоятельно
5. В графе «Оценка» и «Подпись руководителя практики» учитывается выполнение указаний по ведению дневника, проставляется оценка качества проведенных самостоятельных работ.

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Рекомендации к оформлению отчета по практике

Отчет оформляется в соответствии с требованиями СК-СТО-ТР-04-1.005-2015 «Требования к оформлению текстовой части выпускных квалификационных работ, курсовых работ (проектов), рефератов, контрольных работ, отчетов по практикам, лабораторным работам. Структура и правила оформления».

Рекомендуется следующий порядок размещения структурных элементов в отчете:

1. Титульный лист;
2. Направление на практику;
3. Индивидуальное задание;
4. Отчет о выполнении заданий по практике, включающий в себя: введение, основную часть, заключение, список использованных источников, приложения.

5. Дневник по практике;

6. Характеристика на практиканта;

7. Аттестационный лист;

Структурные элементы перечислены в порядке размещения их в документе.

Все необходимые материалы по практике комплектуются студентом в папку-скоросшиватель.

Структура отчета по практике

Титульный лист - первая страница отчета, содержит следующие реквизиты: наименование министерства, полное наименование учебного заведения, наименование и вид практики, сведения об авторе работы, сведения о руководителе практики. (Приложение Е)

Содержание - перечисление информационных блоков отчёта с указанием соответствующих страниц.

Введение - включает формулировку задания на практику, цели и задачи прохождения практики, перечень основных видов работ, выполняемых в процессе практики, дается краткая характеристика организации (предприятия) - места прохождения практики, ее организационная структура, виды деятельности и т. д.

Основная часть - разделяется на несколько частей, согласно индивидуальному заданию, включает в себя описание организации работы в процессе практики; описание практических задач, решаемых студентом за время прохождения практики, полученный практический опыт и умения, приобретенные обучающимся во время прохождения практики

Заключение – содержит в себе выводы о результатах выполненных работ; необходимо описать навыки и умения, приобретенные за время практики; дать предложения по совершенствованию и организации работы предприятия или участка, на котором проходила практика; сделать индивидуальные выводы о практической значимости для себя пройденного вида практики.

Список использованных источников – оформляется в соответствии с требованиями СК-СТО-ТР-04-1.005-2015 (п. 4.9).

Приложения - раздел, содержащий образцы и копии документов, рисунки, таблицы, фотографии и изображения, схемы, и т.д., по перечню приложений, указанному в программе практики.

Рекомендуемый объем отчёта по учебной практике, практике по профилю специальности – от 10 листов, по преддипломной практике от 15 формата А4 (без учёта приложений).

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Образец оформления титульного листа отчета по практике

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ОТЧЕТ ПО (ВИД) ПРАКТИКЕ

по профессиональному модулю (*индекс, наименование*) /
преддипломная

программы подготовки специалистов среднего звена /
квалифицированных рабочих и служащих

XX.XX.XX Наименование специальности / профессии

период с «__» _____ по «__» _____ 20__ года

Студент:

группа _____

_____ Ф.И.О.

подпись

Наименование предприятия:

Руководитель практики от предприятия _____ /Ф.И.О./

подпись

Отчет защищен:

с оценкой _____ Руководитель практики от ОО _____ /Ф.И.О./

Владивосток 20__

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Макет аттестационного листа

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студент _____
обучающийся на _____ курсе по специальности/профессии _____
прошел _____ (вид) _____ практику _____ по _____ профессиональному _____ модулю
(индекс, наименование)
в объеме _____ часов в период
с _____ 20__ г. по _____ 20__ г.
в _____
наименование организации

Виды и качество выполнения работ в период прохождения практики:

Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями	Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)

Заключение об уровне освоения обучающимися профессиональных компетенций:

(освоены на продвинутом уровне / освоены на базовом уровне /
освоены на пороговом уровне / освоены на уровне ниже порогового)

Дата _____ 20__ г.

Оценка за практику _____

Руководитель практики от предприятия _____
подпись

Ф.И.О.

М.П.

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

Макет характеристики на студента

ХАРАКТЕРИСТИКА

о прохождении (вид) практики студентом

Студент _____
(ФИО студента) _____ № курса/группы _____
проходил практику с _____ 201_ г. по _____ 201_ г.
на базе _____
название предприятия
в подразделении _____
название подразделения

За период прохождения практики студент посетил _____ дней, из них по уважительной причине отсутствовал _____ дней, пропуски без уважительной причины составили _____ дней.

Студент соблюдал/не соблюдал трудовую дисциплину и /или правила техники безопасности.

Отмечены следующие нарушения трудовой дисциплины и /или правил техники безопасности: _____

Студент не справился со следующими видами работ: _____

За время прохождения практики студент показал, что

(умеет/не умеет планировать и организовывать собственную деятельность, способен/не способен налаживать взаимоотношения с другими сотрудниками, имеет/не имеет хороший уровень культуры поведения, умеет/не умеет работать в команде, высокая/низкая степень сформированности умений в профессиональной деятельности и т.п.).

В отношении выполнения трудовых заданий проявил себя _____

В рамках дальнейшего обучения и прохождения (вид) практики студенту можно порекомендовать: _____

Рекомендуемый разряд _____
прописью

Должность наставника/куратора

подпись

И.О. Фамилия

М.П.