

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Колледж информационных и креативных технологий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

МДК.03.05 Контекстная реклама

программы подготовки специалистов среднего звена

42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Владивосток 2026

Рабочая программа учебной дисциплины МДК.03.05 Контекстная реклама разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама утвержденного приказом Минобрнауки России от 21.07.2023, №552, примерной образовательной программой.

Разработчик: И. Р. Мороз, преподаватель

Рассмотрено и одобрено на заседании цикловой методической комиссии

Протокол №9 от «20» мая 2026 г.

Председатель ПЦК _____ А.А. Макаренко


подпись

СОДЕРЖАНИЕ

- 1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Учебная дисциплина МДК.03.05 Контекстная реклама является частью учебного цикла основной образовательной программы (далее ООП) в соответствии с ФГОС СПО по специальности/профессии 42.02.01 Реклама.

1.2 Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

По итогам освоения дисциплины, обучающиеся должны продемонстрировать результаты обучения, соотнесённые с результатами освоения ООП СПО, приведенные в таблице.

Код компетенции	Умения	Знания
ПК 3.1	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	 методы анализа целевой аудитории;  принципы позиционирования бренда в сети Интернет;  основы медиапланирования;  методы повышения эффективности рекламных кампаний;  инструменты оценки эффективности интернет-продвижения;  принципы разработки стратегии продвижения бренда.
ПК 3.3	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	 принципы работы систем контекстной рекламы;  методы подбора ключевых запросов;  принципы создания рекламных объявлений;  основные показатели эффективности рекламных кампаний;  основы веб-аналитики и работы с системами статистики;  технологии настройки и оптимизации рекламных кампаний.

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы учебной дисциплины	61
в том числе:	
~ теоретическое обучение	20
~ практические занятия	22
~ самостоятельная работа	13
~ консультации	2
~ промежуточная аттестация	4

2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Основы контекстной рекламы и запуск поисковых кампаний		19	
Тема 1.1. Введение в контекстную рекламу и возможности Яндекс.Директа	Содержание учебного материала		ПК 3.1, ПК 3.3
	Понятие контекстной рекламы. Виды интернет-рекламы. Преимущества и ограничения Яндекс.Директа. Интерфейс рекламной системы. Создание рекламного аккаунта.	1	
	Практическое занятие № 1		
	«Создание аккаунта и знакомство с интерфейсом Яндекс.Директа»	1	
Тема 1.2. Основы работы рекламных кампаний в поисковых системах	Содержание учебного материала		ПК 3.3
	Основные понятия контекстной рекламы. Типы поисковых запросов. Механизм аукциона. Типы стратегий назначения ставок. Создание и первичная настройка рекламной кампании	2	
	Практическое занятие № 2		
	«Настройка параметров поисковой рекламной кампании».	1	
Тема 1.3. Анализ целевой аудитории и создание рекламных	Содержание учебного материала		ПК 3.1, ПК 3.3
	Целевая аудитория. Сегментация аудитории. Уникальное торговое	1	

объявлений	предложение. Принципы составления рекламных объявлений. Работа со ставками		
	Практическое занятие № 3	2	
	«Создание рекламных объявлений для различных сегментов аудитории».		
	Самостоятельная работа Разработка УТП для выбранного продукта или услуги.	1	
Тема 1.4. Подбор ключевых слов и работа с семантикой	Содержание учебного материала Яндекс.Вордстат. Подбор ключевых фраз. Минус-слова. Группировка запросов. Формирование семантического ядра.	2	ПК 3.3
	Практическое занятие № 4 «Сбор семантического ядра и группировка ключевых фраз».	2	
	Самостоятельная работа Сбор ключевых запросов для выбранной тематики.	1	
Тема 1.5. А/Б-тестирование рекламных кампаний	Содержание учебного материала Понятие А/Б-тестирования. Методика проведения экспериментов. Оценка результатов тестирования.	2	ПК 3.3
	Практическое занятие №5 «Разработка вариантов рекламных объявлений для А/Б-теста».	1	
Раздел 2. Аналитика и оценка эффективности рекламных кампаний		13	
Тема 2.1. Конверсия и воронка продаж	Содержание учебного материала Понятие конверсии. Воронка продаж. Особенности применения воронки в контекстной рекламе.	1	ПК 3.1
	Практическое занятие №6 «Построение воронки продаж для рекламной кампании».	1	
	Самостоятельная работа Анализ примеров воронок продаж.	1	

Тема 2.2. Основные метрики контекстной рекламы	Содержание учебного материала		ПК 3.3
	CTR, CPC, CPA, CPL, ROMI, ROI, конверсия и другие показатели эффективности.	1	
	Практическое занятие №7		
	«Расчет ключевых показателей рекламной кампании».	1	
Тема 2.3. Анализ эффективности рекламных кампаний	Содержание учебного материала		ПК 3.1, ПК 3.3
	Методы оценки рекламного трафика. Интерпретация показателей. Поиск проблемных зон.	1	
	Практическое занятие №8		
	«Анализ статистики рекламной кампании».	2	
Тема 2.4. Методы повышения эффективности рекламы	Содержание учебного материала		ПК 3.1
	Инструменты повышения конверсии. Оптимизация рекламных кампаний.	1	
	Практическое занятие №9		
	«Разработка рекомендаций по улучшению рекламной кампании».	2	
Раздел 3. Яндекс.Метрика и запуск рекламных кампаний в РСЯ		15	
Тема 3.1. Яндекс.Метрика и UTM-разметка	Содержание учебного материала		ПК 3.3
	Назначение Яндекс.Метрики. Основные отчеты. UTM-метки и отслеживание источников трафика.	2	
	Практическое занятие №10		
	«Создание UTM-меток и анализ отчетов Метрики».	1	
	Самостоятельная работа	1	

	Подготовка набора UTM-меток для рекламной кампании.		
Тема 3.2. Настройка целей в Яндекс.Метрике	Содержание учебного материала	1	ПК 3.3
	Типы целей. Настройка и проверка целей. Связка Метрики и Директа.		
	Практическое занятие №11	2	
	«Настройка целей и проверка корректности сбора данных».		
Тема 3.3. Запуск рекламных кампаний в РСЯ	Содержание учебного материала	2	ПК 3.3
	Принципы работы рекламной сети Яндекса. Форматы объявлений. Настройка кампаний.		
	Практическое занятие №12	2	
	«Создание и запуск тестовой рекламной кампании в РСЯ»		
Раздел 4. Продвинутые инструменты Яндекс.Директа и медиапланирование	Самостоятельная работа	2	
	Разработка схемы целей для сайта.		
	Содержание учебного материала	2	
	Подготовка к запуску кампании.		
Тема 4.1. Медиапланирование	Содержание учебного материала	1	ПК 3.1
	Планирование рекламного бюджета. Прогнозирование результатов рекламных кампаний.		
	Практическое занятие №13	1	
	«Разработка медиаплана».		
Тема 4.2. Ретаргетинг и Яндекс.Аудитории	Самостоятельная работа	1	ПК 3.1, ПК 3.3
	Расчет рекламного бюджета проекта.		
	Содержание учебного материала	1	
	Механизмы ретаргетинга. Создание сегментов аудитории. Настройка ретаргетинговых кампаний.		

	Практическое занятие №14 «Создание ретаргетинговой рекламной кампании».	2	
Тема 4.3. Товарные кампании и сертификация	Содержание учебного материала	1	ПК 3.3
	Товарные кампании в Яндекс.Директе. Подготовка к сертификации специалиста по контекстной рекламе.		
	Практическое занятие №15 «Итоговая настройка рекламной кампании».	1	
Консультации		2	
Промежуточная аттестация: экзамены		4	
Всего:		61	

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Материально-техническое обеспечение

Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрено наличие следующих специальных помещений:

- компьютерный класс (Специализированная учебная мебель, количество посадочных мест - 24 шт; Облачный монитор LG и Samsung - 24 шт.; Мультимедийный проектор Casio XJ-V2; Экран для проектора; Акустическая система)
- компьютерный класс (Специализированная учебная мебель, количество посадочных мест - 35 шт; Облачный монитор LG - 35 шт; Мультимедийный проектор Casio XJ-M146 - 2 шт; Экран для проектора - 2 шт; Акустическая система).

3.2 Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы учебной дисциплины библиотечный фонд ВГУЭС 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. Баркович, А. А. Реклама в Интернете: учебное пособие для СПО / А. А. Баркович. – Санкт-Петербург: Лань, 2024. – 212 с. – ISBN 978-5-507-49561-0. – Текст: электронный. – URL: <https://e.lanbook.com>
2. Старков, А. Н. Интернет-маркетинг и реклама: учебное пособие / А. Н. Старков, Е. В. Сторожева. – 2-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА, 2023. – 64 с. – ISBN 978-5-9765-3698-2. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=432902>
3. Лунева, Е. А. Цифровой маркетинг: учебное пособие / Е. А. Лунева, Н. П. Реброва. – Москва: Прометей, 2021. – 164 с. – ISBN 978-5-00172-088-1. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=437349>

Электронные ресурсы

1. Яндекс Реклама. Обучение и сертификация специалистов <https://yandex.ru/adv/edu>
2. Справка Яндекс Директ – <https://yandex.ru/support/direct>
3. Справка Яндекс Метрика — <https://yandex.ru/support/metrika>
4. Яндекс Вордстат – <https://wordstat.yandex.ru>
5. Яндекс Бизнес. Справка – <https://yandex.ru/support/business>
6. База знаний eLama по контекстной рекламе и интернет-маркетингу – <https://elama.ru/blog>
7. Журнал PPC.World – <https://ppc.world>
8. Блог Яндекс Рекламы – <https://yandex.ru/adv/news>

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Основы контекстной рекламы и интернет-маркетинга	Демонстрирует знание терминологии контекстной рекламы, принципов функционирования рекламных систем и видов интернет-рекламы	Устный опрос, контрольная работа, экзамен
Принципы работы рекламных кампаний в поисковых системах	Объясняет механизм аукциона, типы запросов, стратегии управления ставками	Устный опрос, контрольная работа, экзамен
Методы анализа целевой аудитории и разработки	Характеризует целевые сегменты аудитории, объясняет принципы	Устный опрос, контрольная работа, экзамен

рекламных сообщений	формирования УТП и рекламных объявлений	
Принципы формирования семантического ядра и работы с ключевыми запросами	Объясняет порядок подбора ключевых фраз, назначение минус-слов и правила группировки запросов	Устный опрос, контрольная работа, экзамен
Методы оценки эффективности рекламных кампаний	Описывает основные показатели эффективности (CTR, CPC, CPA, ROI, ROMI), интерпретирует их значения	Устный опрос, контрольная работа, экзамен
Основы веб-аналитики и инструменты Яндекс.Метрики	Объясняет назначение Метрики, UTM-разметки, целей и отчетов веб-аналитики	Устный опрос, контрольная работа, экзамен
Принципы работы рекламной сети Яндекса, ретаргетинга и медиапланирования	Характеризует механизмы РСЯ, ретаргетинга, медиапланирования и прогнозирования рекламных показателей	Устный опрос, контрольная работа, экзамен
Анализировать целевую аудиторию и разрабатывать рекламную стратегию	Выполняет сегментацию аудитории, формулирует УТП, обосновывает выбор стратегии продвижения	Устный опрос, контрольная работа, экзамен
Создавать рекламные кампании в Яндекс.Директе	Настраивает параметры рекламной кампании, выбирает стратегию показов и форматы рекламы	Устный опрос, контрольная работа, экзамен
Подбирать ключевые запросы и формировать семантическое ядро	Выполняет сбор и группировку ключевых фраз, использует минус-слова	Устный опрос, контрольная работа, экзамен
Разрабатывать рекламные объявления для различных сегментов аудитории	Создает рекламные тексты в соответствии с поставленными целями и характеристиками аудитории	Устный опрос, контрольная работа, экзамен
Проводить А/Б-тестирование рекламных материалов	Формирует варианты объявлений для тестирования и анализирует результаты эксперимента	Устный опрос, контрольная работа, экзамен
Выполнять расчет и анализ показателей эффективности рекламных кампаний	Рассчитывает основные рекламные метрики и делает выводы на основе полученных данных	Устный опрос, контрольная работа, экзамен
Использовать инструменты веб-аналитики	Настраивает цели, создает UTM-разметку, анализирует отчеты Яндекс.Метрики	Устный опрос, контрольная работа, экзамен
Разрабатывать медиаплан и прогнозировать результаты рекламной кампании	Рассчитывает рекламный бюджет и прогнозирует эффективность рекламных мероприятий	Устный опрос, контрольная работа, экзамен
Настраивать ретаргетинговые и медийно-контекстные кампании	Создает аудитории и выполняет настройку рекламных кампаний в РСЯ и ретаргетинге	Устный опрос, контрольная работа, экзамен

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

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Колледж информационных и креативных технологий

КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
по учебной дисциплине

МДК.03.05 Контекстная реклама

программы подготовки специалистов среднего звена
42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Контрольно-оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине МДК.03.05 Контекстная реклама разработаны в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности / профессии 42.02.01 Реклама утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 21.07.2023, №552, примерной образовательной программой, рабочей программой учебной дисциплины.

Разработчик: И. Р. Мороз, преподаватель КИКТ

Рассмотрено и одобрено на заседании цикловой методической комиссии

Протокол №9 от «20» мая 2026г.

Председатель ПЦК



подпись

А.А. Макаренко

1 Общие сведения

Контрольно-оценочные средства (далее – КОС) предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины МДК.03.05 Контекстная реклама

КОС включают в себя контрольные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине, которая проводится в форме дифференцированного зачёта / экзамена (с использованием оценочного средства - *устный опрос в форме ответов на вопросы билетов, устный опрос в форме собеседования, выполнение письменных заданий, тестирование и т.д.*)

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

Код ОК, ПК	Код результата обучения	Наименование результата обучения
ПК	3.1	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет
	3.3	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях

3 Соответствие оценочных средств контролируемым результатам обучения

3.1 Средства, применяемые для оценки уровня теоретической подготовки

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
Раздел (модуль) 1				
Тема 1.1 СРС по Теме 1.1	3.1	Способность объяснять сущность контекстной рекламы, характеризовать основные виды интернет-рекламы и возможности Яндекс.Директа	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 1-3)	Тест (п. 6.1)
	3.3			
Тема 1.2 СРС по Теме 1.2	3.3	Способность объяснять механизм работы поисковой рекламы, различать типы поисковых запросов и стратегии назначения ставок	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 4-6)	Тест (п. 6.1)
Тема 1.3 СРС по Теме 1.3	3.1	Способность анализировать целевую аудиторию, выделять сегменты аудитории и объяснять принципы создания рекламных объявлений	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 7-9)	Тест (п. 6.1)
	3.3			
Тема 1.4 СРС по Теме 1.4	3.3	Способность объяснять принципы формирования семантического ядра и классифицировать ключевые запросы	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 10-12)	Тест (п. 6.1)
Тема 1.5 СРС по Теме 1.5	3.3	Способность объяснять цели и этапы проведения А/Б-тестирования рекламных кампаний	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 13-15)	Тест (п. 6.1)
Раздел (модуль) 2				
Тема 2.1	3.1	Способность объяснять понятие	Устный опрос	Тест (п. 6.1)

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
СРС по Теме 2.1		конверсии и анализировать структуру воронки продаж	(п. 5.1, вопросы 16-18)	
Тема 2.2 СРС по Теме 2.2	3.3	Способность характеризовать основные метрики контекстной рекламы и объяснять их назначение	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 19-21)	Тест (п. 6.1)
Тема 2.3 СРС по Теме 2.3	3.1	Способность анализировать показатели рекламной кампании и выявлять проблемные зоны	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 22-24)	Тест (п. 6.1)
	3.3			
Тема 2.4 СРС по Теме 2.4	3.1	Способность объяснять методы повышения конверсии и оптимизации рекламных кампаний	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 25-27)	Тест (п. 6.1)
Раздел (модуль) 3				
Тема 3.1 СРС по Теме 3.1	3.3	Способность объяснять назначение Яндекс.Метрики и принципы использования UTM-меток	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 28-30)	Тест (п. 6.1)
Тема 3.2 СРС по Теме 3.2	3.3	Способность характеризовать виды целей и объяснять процесс настройки целей в Яндекс.Метрике	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 31-33)	Тест (п. 6.1)
Тема 3.3 СРС по Теме 3.3	3.3	Способность объяснять принципы работы РСЯ и особенности настройки рекламных кампаний в рекламной сети	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 34-36)	Тест (п. 6.1)
Раздел (модуль) 4				
Тема 4.1 СРС по Теме 4.1	3.1	Способность объяснять принципы медиапланирования и прогнозирования рекламных показателей	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 37-39)	Тест (п. 6.1)
Тема 4.2 СРС по Теме 4.2	3.1	Способность объяснять принципы ретаргетинга и сегментации аудиторий	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 40-42)	Тест (п. 6.1)
	3.3			
Тема 4.3 СРС по Теме 4.3	3.3	Способность характеризовать особенности товарных кампаний и требования к сертификации специалистов	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 43-45)	Тест (п. 6.1)

3.2 Средства, применяемые для оценки уровня практической подготовки

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Раздел (модуль) 1				
Тема 1.1 Практическое занятие № 1	3.1	Способность применять инструменты Яндекс.Директа для создания рекламного аккаунта и навигации по интерфейсу	Контрольная работа № 1	Тест (п. 6.1)

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
	3.3			
Тема 1.2 Практическое занятие № 2	3.3	Способность настраивать параметры поисковой рекламной кампании	Контрольная работа № 2	Тест (п. 6.1)
Тема 1.3 Практическое занятие № 3	3.1	Способность разрабатывать рекламные объявления для различных сегментов аудитории	Контрольная работа № 3	Тест (п. 6.1)
	3.3			
Тема 1.4 Практическое занятие № 4	3.3	Способность формировать семантическое ядро рекламной кампании	Контрольная работа № 4	Тест (п. 6.1)
Тема 1.5 Практическое занятие № 5	3.3	Способность разрабатывать варианты объявлений для проведения А/Б-тестирования	Контрольная работа № 5	Тест (п. 6.1)
Раздел (модуль) 2				
Тема 2.1 Практическое занятие № 6	3.1	Способность проектировать воронку продаж для рекламной кампании	Контрольная работа № 6	Тест (п. 6.1)
Тема 2.2 Практическое занятие № 7	3.3	Способность рассчитывать основные показатели эффективности рекламной кампании	Контрольная работа № 7	Тест (п. 6.1)
Тема 2.3 Практическое занятие № 8	3.1	Способность анализировать статистику рекламной кампании и выявлять проблемные показатели	Контрольная работа № 8	Тест (п. 6.1)
	3.3			Тест (п. 6.1)
Тема 2.4 Практическое занятие № 9	3.1	Способность разрабатывать рекомендации по повышению эффективности рекламной кампании	Контрольная работа № 9	Тест (п. 6.1)
Раздел (модуль) 3				
Тема 3.1 Практическое занятие № 10	3.3	Способность создавать UTM-разметку и анализировать данные веб-аналитики	Контрольная работа № 10	Тест (п. 6.1)
Тема 3.2 Практическое занятие № 11	3.3	Способность настраивать цели в системе веб-аналитики	Контрольная работа № 11	Тест (п. 6.1)
Тема 3.3 Практическое занятие № 12	3.3	Способность создавать и настраивать рекламные кампании в РСЯ	Контрольная работа № 12	Тест (п. 6.1)
Раздел (модуль) 4				
Тема 4.1 Практическое занятие № 13	3.1	Способность разрабатывать медиаплан рекламной кампании	Контрольная работа № 13	Тест (п. 6.1)

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Тема 4.2 Практическое занятие № 14	3.1	Способность настраивать ретаргетинговые рекламные кампании	Контрольная работа № 14	Тест (п. 6.1)
Тема 4.3 Практическое занятие № 15	3.3	Способность комплексно применять инструменты Яндекс.Директа при настройке рекламной кампании	Контрольная работа № 15	Тест (п. 6.1)

4 Описание процедуры оценивания

Результаты обучения по дисциплине, уровень сформированности компетенций оцениваются по четырём бальной шкале оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Текущая аттестация по дисциплине проводится с целью систематической проверки достижений обучающихся. Объектами оценивания являются: степень усвоения теоретических знаний, уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы, качество выполнения самостоятельной работы, учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине).

При проведении промежуточной аттестации оценивается достижение студентом запланированных по дисциплине результатов обучения, обеспечивающих результаты освоения образовательной программы в целом. Оценка на зачете / экзамене выставляется с учетом оценок, полученных при прохождении текущей аттестации.

Критерии оценивания устного ответа

(оценочные средства: устное сообщение)

5 баллов - ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной 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 предметной 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 предметной 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 предметной 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

(оценочные средства: контрольная работа).

5 баллов - студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Проблема раскрыта полностью, выводы обоснованы. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент 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 - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Проблема раскрыта. Не все выводы сделаны и/или обоснованы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы.

3 балла – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы.

2 балла - работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Проблема не раскрыта. Выводы отсутствуют. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Критерии оценивания тестового задания

Оценка	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Количество правильных ответов	80 % и $\geq$	от 60% до 79,9 %	не менее 40%	менее 40%

Критерии выставления оценки студенту на зачете/ экзамене

(оценочные средства: выполнение письменных разноуровневых задач и заданий)

Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенций
«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на продвинутом уровне: обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами

	выполнения практических задач.
«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на пороговом уровне: имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже порогового: выявляется полное или практически полное отсутствие знаний значительной части программного материала, студент допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, умения и навыки не сформированы.

5. Примеры оценочных средств для проведения текущей аттестации

5.1 Вопросы для собеседования (устного опроса):

1. Что такое контекстная реклама?
2. Какие виды интернет-рекламы существуют?
3. В чем преимущества и ограничения Яндекс.Директа?
4. Как работает аукцион Яндекс.Директа?
5. Какие существуют типы запросов?
6. Какие стратегии назначения ставок применяются в Яндекс.Директе?
7. Что такое целевая аудитория?
8. Для чего необходимо УТП?
9. Какие элементы включает эффективное рекламное объявление?
10. Что такое семантическое ядро?
11. Для чего используются минус-слова?
12. Как выполняется группировка ключевых фраз?
13. Что такое А/Б-тестирование?
14. Какие элементы рекламы можно тестировать?
15. Как оценить результаты эксперимента?
16. Что такое конверсия?
17. Что представляет собой воронка продаж?
18. Как контекстная реклама влияет на конверсию?
19. Что показывает CTR?
20. Чем отличаются CPC и CPA?
21. Для чего рассчитывается ROI?
22. Какие показатели используются для оценки эффективности рекламы?
23. Как определить неэффективную рекламную кампанию?
24. Какие факторы влияют на качество трафика?
25. Какие способы повышения конверсии существуют?
26. Что такое оптимизация рекламной кампании?
27. Как улучшить эффективность рекламного объявления?
28. Для чего используется Яндекс.Метрика?
29. Что такое UTM-метка?
30. Какие параметры содержит UTM-разметка?
31. Какие виды целей существуют?
32. Для чего нужна настройка целей?
33. Как связаны Метрика и Директ?
34. Что такое РСЯ?
35. Чем РСЯ отличается от поисковой рекламы?
36. Какие форматы объявлений используются в РСЯ?
37. Что такое медиаплан?
38. Для чего рассчитывается рекламный бюджет?
39. Какие показатели используются при медиапланировании?
40. Что такое ретаргетинг?
41. Какие аудитории можно использовать для ретаргетинга?
42. Для чего применяется Яндекс.Аудитории?
43. Что такое товарная кампания?
44. Какие данные необходимы для запуска товарной рекламы?
45. Для чего нужна сертификация специалиста по контекстной рекламе?

5.4 Примеры заданий для контрольной работы

Контрольная работа № 1. Создать аккаунт в Яндекс.Директе и выполнить настройку профиля рекламодателя.

Контрольная работа № 2. Создать поисковую рекламную кампанию с выбранной стратегией показов.

Контрольная работа № 3. Подготовить два варианта рекламного объявления для разных сегментов ЦА.

Контрольная работа № 4. Собрать и сгруппировать не менее 30 ключевых запросов по заданной тематике.

Контрольная работа № 5. Создать два варианта объявления для последующего тестирования.

Контрольная работа № 6. Построить воронку продаж для выбранного продукта или услуги.

Контрольная работа № 7. Выполнить расчет CTR, CPC, CPA и ROI по исходным данным.

Контрольная работа № 8. Подготовить анализ отчета рекламной кампании и предложить меры по улучшению.

Контрольная работа № 9. Составить перечень мероприятий по повышению конверсии рекламной кампании.

Контрольная работа № 10. Сформировать комплект UTM-меток для рекламной кампании.

Контрольная работа № 11. Разработать структуру целей и выполнить настройку целей в Яндекс.Метрике.

Контрольная работа № 12. Подготовить и настроить тестовую рекламную кампанию в РСЯ.

Контрольная работа № 13. Составить медиаплан с расчетом бюджета и прогнозируемых показателей.

Контрольная работа № 14. Создать сегмент аудитории и подготовить настройки ретаргетинговой кампании.

Контрольная работа № 15. Выполнить итоговую настройку рекламной кампании с использованием собранной семантики, объявлений и параметров таргетинга.

6. Примеры оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

6.1 Примеры тестовых заданий

1. Сертификация по Яндекс Директу: профессиональный уровень (<https://yandex.ru/adv/expert/exam/direct-professional>)

Время выполнения – 60 минут