



Реклама



Государственное автономное профессиональное  
образовательное учреждение  
Стерлитамакский многопрофильный профессиональный колледж

СОГЛАСОВАНО  
Руководитель  
организации заказчика

*М.М. Павел*  
(подпись) (инициалы, Фамилия)  
**PAVEL**  
PAVELSTUDIOS.COM  
г. Стерлитамак  
БУРКИН ПАВЕЛ НИКОЛАЕВИЧ  
ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПРЕДПРИИМАТЕЛЬ  
ИНН 3790280000/500029  
2021 г.

УТВЕРЖДАЮ  
Директор ГАПОУ СМПК

*А.Н. Усевич*  
« 04 » 2021 г.



---

Дополнительная профессиональная программа повышения  
квалификации  
**“Продвижение образовательных услуг в интернет среде”**

---

Стерлитамак, 2021 год

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

### 1.1. Цель реализации программы

Целью реализации программы является совершенствование профессиональной компетентности педагогов, учителей и преподавателей средних профессиональных образовательных учреждений с учетом ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама.

### 1.2. Планируемые результаты обучения

В результате освоения программы слушатель должен освоить выполнение предусмотренных профессиональным стандартом трудовых функций:

- Осуществлять поиск рекламных идей для продвижения образовательных услуг.
- Разрабатывать авторские рекламные проекты по продвижению образовательных услуг в интернете.
- Анализировать требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка образования.
- Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламной кампании в сфере образовательных услуг.
- Выбирать творческую стратегию реализации комплексных рекламных проектов для образовательных услуг.
- Создавать сценарии и рекламные тексты.
- Осуществлять поиск образного решения рекламного сообщения.

Соответствующие трудовые действия, знания и умения для каждой трудовой функции указаны в стандарте.

#### **Слушатель должен знать:**

- Задачи, цели и общие требования к рекламе образовательных услуг в интернете.
- Основные направления рекламной деятельности для продвижения образовательных услуг в интернете.
- Виды рекламной деятельности, подходящие для реализации продвижения в интернет среде.
- Структуру рекламного рынка образования.

#### **Слушатель должен уметь:**

- Проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- Анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
- Проводить сегментирование рынка;
- Принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;

1.3. Требования к уровню подготовки поступающего на обучение (при необходимости).

К освоению дополнительной профессиональной программы повышения квалификации допускаются: лица, имеющие среднее профессиональное или высшее образование.

1.4. Программа разработана на основе: «федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 реклама»

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

### 2.1. Учебный план

Категория слушателей – педагоги, учителя и преподаватели средних профессиональных образовательных учреждений с учетом ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама

Объем реализации программы 36 часов.

Форма и технологии обучения – очная.

№ пп	Наименование разделов и дисциплин (модулей)	Трудоемкость, час	Всего ауд. часов	в том числе		Форма контроля (текущий контроль, итоговая аттестация)
				лекции	практ. занятия	
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1.	Раздел 1. Продвижение образовательных услуг в интернет среде	36	36	10	26	Практическое выполнение заданий
	<b>ИТОГО</b>	<b>36</b>	36	10	26	

## 2.2. Примерный календарный учебный график

Период обучения (дни, недели) <sup>1)</sup>	Наименование раздела
1 день	Наименование темы
<sup>1)</sup> Даты обучения будут определены в расписании занятий при наборе группы на обучение	

## 2.3. Рабочие программы разделов

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Форма контроля и (или) реализации
<b>Раздел 1. Продвижение образовательных услуг в интернет среде</b>			
Тема 1.1. Роль рекламы в интернете и ее продвижение	<b>Содержание материала</b>	1	Выполнение практических занятий
	1. Роль рекламы в Интернете и ее продвижение.		
	<b>Практические занятия</b>	8	
	1. Изучение и разработка контекстной рекламы и поисковое продвижение SEO		
	2. Изучение и освоение способов продвижения в социальных сетях SMM		
	3. Разработка баннерной рекламы		
	4. Разработка Email и контент маркетинга		
Тема 1.2. Планирование продвижения образовательных услуг	<b>Содержание материала</b>	4	Выполнение практических занятий
	1. Масштабное развитие информационных технологий. Как пандемия изменила рынок образования		
	2. Разработка концепции и постановка задачи (организационная помощь, методическая помощь)		
	3. Создание условий для коммуникаций		
	4. Демонстрация своих конкурентных преимуществ		
	<b>Практические занятия</b>	4	
	1. Выполнение сбора своей целевой аудитории		
2. Разработка контент-стратегии, с учетом разных видов (полезный, новостной, продающий, развлекательный, коммуникативный, репутационный)			
Тема 1.3. Этапы продвижения образовательных услуг	<b>Содержание материала</b>	1	Выполнение практических занятий
	1. Цели и способы проведения рекламной кампании по продвижению образовательных услуг в интернете. В чем особенности маркетинга		

в интернете		образовательных услуг.		
	<b>Практические занятия</b>		8	
	1.	Сбор данных. Определение и разработка целей интернет рекламы		
	2.	Сбор данных. Определение и изучение целевой аудитории рекламной кампании		
	3.	Выбор способа веб – сервера, его место расположения, провайдера услуг, дизайна сервера и его структуры. Наполняемость его контентом		
4.	Оценка эффективности путем сравнения полученных результатов			
Тема 1.4. Способы подачи учебных материалов	<b>Содержание материала</b>		4	Выполнение практических занятий
	1.	Особенности интернет рекламы в социальных сетях. Как оставаться в тренде		
	2.	Тематика публикаций и ее выбор		
	3.	Способы подачи (вебинар, статьи и т.д.)		
	4.	Сбор заявок в социальных сетях		
	<b>Практические занятия</b>		6	
	1.	Разработка контентной рекламы в социальных сетях		
	2.	Официальная страница образовательной услуги в социальных сетях		
	3.	Скрытая реклама образовательных услуг в социальных сетях		
	4.	Выполнение подбора контента для онлайн и офлайн услуг		
		<b>Итого:</b>	<b>36</b>	

## 2.4. Оценка качества освоения программы (формы аттестации, оценочные и методические материалы)

Итоговый контроль осуществляется в форме итоговой практической работы.

Слушатель получает зачет за проведение фрагмента разработанной рекламной кампании по продвижению образовательных услуг в интернет сфере.

Задания для итоговой практической работы:

1. Разработайте и продемонстрируйте способ выбора целевой аудитории для ваших образовательных услуг.
2. Разработайте и продемонстрируйте фрагмент контент- стратегии.
3. Разработайте и продемонстрируйте цель вашей рекламной кампании.
4. Разработайте и продемонстрируйте тематику направления образовательной услуги в интернет среде.
5. Разработайте и продемонстрируйте способы подачи информации учебных материалов для интернета – ресурса вашей образовательной услуги.
6. Разработайте и продемонстрируйте оценку эффективности путем сравнения полученных результатов.

## 3. Организационно-педагогические условия

### 3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Наименование учебного помещения	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
Мастерская Рекламы	<i>Лекции, лабораторные и практические занятия, тестирование, демонстрационный экзамен</i>	<b>Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:</b> Кресло компьютерное • Стол учебный (1000x650, полка под системный блок) • Доска магнитно-маркерная 100x150 см., лаковое покрытие металлическая рама • Стол преподавательский (1500x700, 3 ящика, полка под системный блок) • Стол под принтер (1200x700) • Столы компьютерные (1500x650) • Столы компьютерные (1200x650) • Шкаф стеллаж комбинированный (2500*520*2700) <b>Технические средства обучения:</b> • МФУ лазерное Kyocera ECOSYS M2040dn • Наушники проводные с микрофоном (HyperX Cloud Stinger Core for PC HX-HSCSC2-ВК черный)

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Пульт для презентаций Trust Puntero Wireless Laser Presenter</li> <li>• Веб-камера ZET GAMING Cyclop M100R1</li> <li>• Коммутатор D-Link DGS-1210-20/FL</li> <li>• Системный блок Intel</li> <li>• Клавиатура Sven KB-S305</li> <li>• Мышь Defender Alfa GM-703L черный</li> <li>• Монитор 27" экран;</li> <li>• мультимедийный проектор SMART V10; ;</li> <li>• акустическая система.</li> </ul>
Типография	<i>Лабораторные и практические занятия на учебной практике</i>	Полиграфическое оборудование для печати различного формата (ноутбуки, компьютер, МФУ принтер А4 ч/б, А3 цветной; широкоформатный принтер-плоттер)

3.2. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды – не требуются.

3.3. Методическое обеспечение учебного процесса

### **Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы.**

#### **Основные источники:**

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 352 с. - ISBN 978-5-394-02474-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091183>
2. Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. - 4-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 326 с. - ISBN 978-5-394-03458-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093170>
3. Егоршин, А. П. Эффективный маркетинг организации : учебник для вузов / А. П. Егоршин. - 2-е изд., доп. и перераб. - Нижний Новгород : НИЭМ, 2020. - 302 с. - ISBN 978-5-901335-61-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1240738>
4. Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258>
5. Лашко, С. И. Международный бизнес: PR и рекламное дело : учебное пособие / С.И. Лашко, В.Ю. Сапрыкина. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2021. — 171 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI:



- <https://doi.org/10.12737/20217>. - ISBN 978-5-369-01589-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1353317>
6. Маркетинг (ситуационные задачи и тесты) : практикум / М. Б. Щепакин, В. М. Михайлова, Д. Г. Куренова, Е. В. Кривошеева. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. — 512 с. - ISBN 978-5-9776-0524-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1083170>
  7. Наумов, В. Н. Стратегический маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 356 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/1021445. - ISBN 978-5-16-015270-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1021445>
  8. Основы графического дизайна : методические указания / сост. О. Е. Минаева. - Москва : ГБПОУ МИПК им. И. Федорова, 2020. - 60 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1684060>
  9. Понуждаев, Э. А. Популярный маркетинг или Весь маркетинг на 150 страницах : учебное пособие / Э. А. Понуждаев. - 3-е изд., стер. - Москва : Флинта, 2021. - 160 с. - ISBN 978-5-9765-2881-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1309277>
  10. Ткаченко Н.В. Креативная реклама. Технологии проектирования: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама» / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2020. — 335 с. — (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01568-2. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028594>
  11. Хвостовицкая, Т. Т. Менеджмент в рекламе : учебное пособие / Т. Т. Хвостовицкая. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 357 с. - ISBN 978-5-9765-2183-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1143353>
  12. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093531>
  13. Шевченко, Д. А. Основы современного маркетинга : учебник / Д. А. Шевченко. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2021. - 613 с. - ISBN 978-5-394-03977-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232438>
  14. Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. — 4-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 126 с. - ISBN 978-5-394-03520-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093220>
  15. Щербаков, С. Таргетированная реклама. Точно в яблочко : практическое руководство / С. Щербаков. - Санкт-Петербург : Питер, 2021. - 352 с. -



(Серия «Деловой бестселлер»). - ISBN 978-5-4461-0484-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1789435>

**Дополнительные источники:**

1. Алиева.В. Контекстная реклама / Басов А., Вирин Ф., Главацкий Д. - СПб. [и др.]: Питер, 2020. - 255 с.
2. Беляева С. Е. Основы изобразительного искусства и художественного проектирования: учебник / С. Е. Беляева. - М.: Академия, 2019. - 224 с.
3. Буймистру Т.А. Колористика: цвет – ключ к красоте и гармонии / Т.А. Буймистру – М.: Ниола-Пресс, 2019. - 236 с.
4. Елина Е. А. Семиотика рекламы : учеб. пособие для вузов - М. : Дашков и К, 2020. - 136 с.
5. Катернюк А. В. Практическая реклама : учеб. пособие для вузов - Ростов н/Д : Феникс, 2020. - 429 с. - (Высшее образование)
6. Матюшин М.В. Справочник по цвету : закономерность изменчивости цветовых сочетаний / М.В. Матюшин - М. : Издатель Д. Аронов, 2019.– 72 с.
7. Хембри Р. Самый полный справочник. Графический дизайн. Как научиться понимать графику и визуальные образы/Р.Хембри – М.: АСТ и др., 2021. – 192 с.
8. Чепурова О.Б. Изобразительный товарный знак на основе природной формы : методические указания к курсовому проекту № 5 / О.Б. Чепурова – Оренбург : ИПК ГОУ ОГУ, 2020. – 52 с.

**Интернет - ресурсы:**

1. <http://www.marketolog.ru/>
2. <http://www.marketing.spb.rw-энциклопедия>
3. <http://marketingmix.com.ua/-маркетинг>
4. [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/)

3.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса. Требования к квалификации педагогических кадров: кадровое обеспечение программы осуществляет преподавательский состав из числа преподавателей специальности 42.02.01 Реклама.

Разработчики:

Составители программы:

Хаертдинов Р.Р. преподаватель