

**Профессиональная образовательная
автономная некоммерческая организация
«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)**

Утверждаю:
Директор ПО АНО МИБиУ
колледж

д.с.н., профессор Е.В. Добренькова

«28» августа 2024г.



**РАБОЧИИ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МОДУЛЕЙ**

Для специальности
среднего профессионального образования
42.02.01 Реклама

Москва 2024

**Профессиональная образовательная
автономная некоммерческая организация
«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)**

Утверждаю:
Директор ПО АНО МИБиУ

д.с.н., профессор Е.В. Добренькова

«28» июня 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**ПМ.01 ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И
РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

Для специальности
среднего профессионального образования

42.02.01 Реклама

Москва, 2024

ОДОБРЕНА

на заседании ПЦК гуманитарных и
естественнонаучных дисциплин

Протокол № 6 от «28» июня 2024г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе:

- Приказа Минобрнауки России от 17.05.2012 № 413 (ред. от 12.08.2022) «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования» (зарегистрировано в Минюсте России 07.06.2012 № 24480);
- Приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 23.11.2022 № 1014 «Об утверждении федеральной образовательной программы среднего общего образования» (зарегистрирован 22.12.2022 № 71763);
- Письма Минпросвещения России от 01.03.2023 № 05-592 «О направлении рекомендаций» (вместе с «Рекомендациями по реализации среднего общего образования в пределах освоения образовательной программы среднего профессионального образования»);
- Приказа Минпросвещения России от 22.03.2021 № 115 (ред. от 07.10.2022) "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по основным общеобразовательным программам - образовательным программам начального общего, основного общего и среднего общего образования" (Зарегистрировано в Минюсте России 20.04.2021 № 63180);
- Приказа Минпросвещения России от 24.08.2022 № 762 (ред. от 20.12.2022) "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования" (Зарегистрировано в Минюсте России 21.09.2022 № 70167);
- Письма Минпросвещения России от 20.07.2020 № 05-772 "О направлении инструктивно-методического письма по организации применения современных методик и программ преподавания по общеобразовательным дисциплинам в системе среднего профессионального образования, учитывающих образовательные потребности обучающихся образовательных организаций, реализующих программы среднего профессионального образования;
- Примерной рабочей программы общеобразовательной дисциплины «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» для профессиональных образовательных организаций ФГБОУ ДПО ИРПО (Протокол № 14 от «30» ноября 2022).

Содержание программы реализуется в процессе освоения обучающимися основной образовательной программы с получением среднего общего образования, разработанной в соответствии с требованиями ФГОС СОО.

СОДЕРЖАНИЕ

**1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
МОДУЛЯ**

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля студент должен освоить вид деятельности **Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта** соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1.Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 07.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

1.1.2.Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 1	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
ПК 1.1.	Определять целевую аудиторию и целевые группы.
ПК 1.2.	Проводить анализ объема рынка.
ПК 1.3.	Проводить анализ конкурентов.
ПК 1.4.	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

1.1.3.В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> - определение целевой аудитории и целевых групп; - проведение анализа объема рынка; - проведение анализа конкурентов; определять и оформлять цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; - выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам; - использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности; - планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях; - эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде; - осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста; - содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях; - пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и

	<p>потребителей;</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; <p>исследований;</p> <ul style="list-style-type: none"> - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании; - производить качественные аналитические исследования рынка; - производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; <p>решения задачи;</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; - составлять план действия; определять необходимые ресурсы; - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; <p>реализовывать составленный план;</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника); - определять задачи для поиска информации; - определять необходимые источники информации; - планировать процесс поиска; - структурировать получаемую информацию; - выделять наиболее значимое в перечне информации; - оценивать практическую значимость результатов поиска; - оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; - использовать современное программное обеспечение; - использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач; - определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; - применять современную научную профессиональную терминологию; - определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; - выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; - презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; - оформлять бизнес-план; - определять источники финансирования; - организовывать работу коллектива и команды; - взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности; - грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе; - соблюдать нормы экологической безопасности; - определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства; - организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона; - понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; - участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; - строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; - кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); - писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.
Знать	<ul style="list-style-type: none"> - способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудиторию различных средств рекламы; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;

	<ul style="list-style-type: none"> - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования; - методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития; - отраслевую терминологию; - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основ маркетинга; - принципов выбора каналов коммуникации; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; - актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; - методы работы в профессиональной и смежных сферах; - структуру плана для решения задач; - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности; - номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; - приемы структурирования информации; - формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; - порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств; - содержание актуальной нормативно-правовой документации; - современная научная и профессиональная терминология; - возможные траектории профессионального развития и самообразования; - основы предпринимательской деятельности; - основы финансовой грамотности; - правила разработки бизнес-планов; - порядок выстраивания презентации; - психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; - основы проектной деятельности; - особенности социального и культурного контекста; - правила оформления документов и построения устных сообщений; - правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; - основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности; - пути обеспечения ресурсосбережения; - принципы бережливого производства; - основные направления изменения климатических условий региона; правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; - основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; - особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности.
--	---

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля (очная форма обучения)

Коды ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Общий объем нагрузки, акад. ч.	В форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.									
				Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем					Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация	Практика		
				Всего	в том числе						Учебная	Производственная	
					лекции, уроки, семинарские занятия	лабораторные работы и практические занятия	курсовая работа (проект)	Консультации					
ПК.1.1-ПК.1.3, ОК 01-05, ОК 07, ОК 09	МДК.01.01. Поведение потребителей	102		84	20	60		4	6	12			
ПК.1.4, ОК 01-05, ОК 07, ОК 09	МДК.01.02. Маркетинг в рекламе	102		84	26	54		4	18				
ПК.1.1-ПК.1.4, ОК 01-05, ОК 07, ОК 09	Учебная практика	36	36									36	
ПК.1.1-ПК.1.4, ОК 01-05, ОК 07, ОК 09	Производственная практика (по профилю специальности)	72	72										72
	Промежуточная аттестация: экзамен по ПМ	12								12			
	Всего:	324	108	168	46	114		8	24	24	36	72	

2.2. Структура профессионального модуля (заочная форма обучения)

Коды ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Общий объем нагрузки, акад. ч.	В форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.								Практика	
				Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем					Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация	Учебная		
				Всего	в том числе								
					лекции, уроки, семинарские занятия	лабораторные работы и практические занятия	курсовая работа (проект)	Консультации					
ПК.1.1-ПК.1.3, ОК 01-05, ОК 07, ОК 09	МДК.01.01. Поведение потребителей	102		84	20	60		4	6	12			
ПК.1.4, ОК 01-05, ОК 07, ОК 09	МДК.01.02. Маркетинг в рекламе	102		84	26	54		4	18				
ПК.1.1-ПК.1.4, ОК 01-05, ОК 07, ОК 09	Учебная практика	36	36									36	
ПК.1.1-ПК.1.4, ОК 01-05, ОК 07, ОК 09	Производственная практика (по профилю специальности)	72	72										72
	Промежуточная аттестация: экзамен по ПМ	12								12			
	Всего:	324	108	168	46	114		8	24	24	36	72	

2.3. Тематический план и содержание профессионального модуля (очная форма обучения)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, академических часов / в том числе в форме практической подготовки, академических часов
1	2	3
МДК.01.01 Поведение потребителей		102
Тема 1.1. Сущность и значение анализа целевой аудитории	<p>Содержание</p> <p>1. Сущность и значение изучения целевой аудитории. Типы потребителей и модель потребительского поведения.</p> <p>2. Процесс анализа целевой аудитории.</p> <p>Практических занятий и лабораторных работ</p> <p>Практическое занятие 1. Определение целевого рынка</p> <p>Практическое занятие 2. Подбор инструмента для проведения анализа</p> <p>Практическое занятие 3. Определение каналов коммуникации</p> <p>Практическое занятие 4. Исследование потребительских предпочтений</p> <p>Практическое занятие 5. Анализ факторов, влияющих на принятие решения о покупке для различных категорий потребителей.</p> <p>Практическое занятие 6. Анализ факторов, влияющих на принятие решения о покупке в организации.</p> <p>Практическое занятие 7. Сегментирование целевой аудитории</p> <p>Практическое занятие 8. Определение портрета целевой аудитории</p> <p>Практическое занятие 9. Работа с инструментами для анализа целевой аудитории</p> <p>Практическое занятие 10. Проведение целостного анализа целевой аудитории</p>	<p>4</p> <p>20</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p>
Тема 1.2. Комплексное изучение рынка	<p>Содержание учебного материала</p> <p>1. Роль анализа рынка для бизнеса.</p> <p>2. Виды и методы исследований рынка.</p> <p>3. Структура и показатели анализа рынка.</p> <p>4. Основные этапы проведения исследования рынка.</p> <p>Практических занятий и лабораторных работ</p> <p>Практическое занятие 11. Выбор целевого сегмента рынка.</p> <p>Практическое занятие 12. Определение проблемы организации на рынке.</p> <p>Практическое занятие 13. Формулирование цели и задач исследования.</p> <p>Практическое занятие 14. Составление плана проведения исследования рынка.</p> <p>Практическое занятие 15. Определение источников для сбора необходимой информации.</p> <p>Практическое занятие 16. Составление SWOT-анализа предприятия.</p>	<p>8</p> <p>20</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p>

	Практическое занятие 17. Составление PEST-анализа предприятия.	2
	Практическое занятие 18. Проведение ситуационного анализа рынка. Выявление тенденций рынка.	2
	Практическое занятие 19. Произвести расчет объема, потенциала, темп роста рынка.	2
	Практическое занятие 20. Преобразование полученных данных и разработка концепции позиционирования продукта на рынке.	2
Тема 1.3 Комплексное изучение конкурентов.	Содержание учебного материала	8
	1. Роль анализа конкурентов для бизнеса.	
	2. Этапы и структура исследования конкурентов.	
	3. Методы исследования конкурентов.	
	4. Обработка и преобразование результатов анализа конкурентов.	
	Практических занятий и лабораторных работ	20
	Практическое занятие 21. Оценка общего уровня внутриотраслевой конкуренции.	2
	Практическое занятие 22. Составление карты конкуренции.	2
	Практическое занятие 23. Проведение сравнительного анализа конкурентов.	2
	Практическое занятие 24. Проведение сравнительного анализа ценовой политики конкурентов.	2
	Практическое занятие 25. Проведение сравнительного анализа дистрибуции продукта конкурентов.	2
	Практическое занятие 26. Определение позиционирования всех участников на рынке.	2
	Практическое занятие 27. Оценка методов продвижения конкурентов.	2
	Практическое занятие 28. Оценка технологического уровня конкурентов.	2
Практическое занятие 29. Оценка конкурентных преимуществ/недостатков.	2	
Практическое занятие 30. Оценка и сравнение ключевого потребителя конкурентов.	2	
Самостоятельная работа		6
1. Работа с конспектами и со специальной литературой по маркетингу и рекламе (по параграфам и главам, указанным преподавателем).		
2. Использование Интернета.		
3. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций, разработанных преподавателем.		
4. Самостоятельное изучение факторов покупательского поведения.		
5. Составление схемы собственного поведения при совершении покупки.		
6. Подготовка сообщения для практической работы по выбранному сектору рекламного рынка.		
7. Выполнение анализа и сегментирования рынка.		
Консультации		4
Промежуточная аттестация: экзамен		12
МДК.01.02 Маркетинг в рекламе		102
Тема 2.1. Сущность рекламных и коммуникационных кампаний	Содержание	24
	1. Понятие брифа, виды брифов.	
	2. Понятие и цели рекламных и коммуникационных кампаний.	
	3. Основные виды рекламных и коммуникационных кампаний, и их задачи.	
	4. Классификация рекламных и коммуникационных кампаний.	

5. Теоретические принципы организации рекламной и коммуникационной кампаний.	
6. Характеристика составляющих элементов рекламной кампании: проведение исследований рынка, формирование концепции рекламной кампании, разработка медиаплана, реализация кампании, определение эффективности кампании.	
7. Оценка эффективности рекламных мероприятий.	
8. Методы определения эффективности: предтестирование, тестирование, посттестирование в рекламе.	
9. Виды коммуникационных каналов.	
10. Критерии экономической и коммуникативной эффективности в рекламе.	
Практических занятий и лабораторных работ	54
Практическое занятие 1. Определение структуры брифа. Преобразование карточки объекта рекламирования в бриф.	6
Практическое занятие 2. Создание брифа и оценка соответствия его поставленной задаче.	6
Практическое занятие 3. Определение целей рекламной или коммуникационной кампании.	4
Практическое занятие 4. Выбор вида рекламной или коммуникационной кампании.	4
Практическое занятие 5. Определение каналов продвижения торговой марки.	4
Практическое занятие 6. Определение перспективных каналов в интернет-среде.	4
Практическое занятие 7. Разработка рекламных идей.	8
Практическое занятие 8. Распределение каналов коммуникации на целевую аудиторию. Выделение целевых групп, на которые будут направлены различные мероприятия, акции.	6
Практическое занятие 9. Определение сроков проведения рекламной или коммуникационной кампании.	4
Практическое занятие 10. Определение предварительной оценки бюджета.	4
Практическое занятие 11. Определение способов оценки эффективности исходя из целей кампаний.	4
Самостоятельная работа	
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной экономической литературы (по вопросам к параграфам, разделам учебных пособий, составленным преподавателем) Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление лабораторно- практических работ, отчетов и подготовка к их защите.	18
Консультации	4
Промежуточная аттестация: дифференцированный зачет	2
Учебная практика	
Виды работ	36/36
- разработка брифа.	
- проведение первичного анализа рынка.	
Производственная практика (по профилю специальности)	
Виды работ	72/72
- анализ состава рынка.	
- проведение сегментирования на рынке.	
- разработка плана проведения исследований потребителей.	
- разработка средств продвижения рекламы в средствах массовой информации и обоснование этих решений.	

- подготовка плана проведения рекламной кампании.	
Экзамен по модулю	12
Всего	324/108

2.4. Тематический план и содержание профессионального модуля (заочная форма обучения)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, академических часов / в том числе в форме практической подготовки, академических часов
1	2	3
МДК.01.01 Поведение потребителей		102
Тема 1.1. Сущность и значение анализа целевой аудитории	<p>Содержание</p> <p>1. Сущность и значение изучения целевой аудитории. Типы потребителей и модель потребительского поведения.</p> <p>2. Процесс анализа целевой аудитории.</p> <p>Практических занятий и лабораторных работ</p> <p>Практическое занятие 1. Определение целевого рынка</p> <p>Практическое занятие 2. Подбор инструмента для проведения анализа</p> <p>Практическое занятие 3. Определение каналов коммуникации</p> <p>Практическое занятие 4. Исследование потребительских предпочтений</p> <p>Практическое занятие 5. Анализ факторов, влияющих на принятие решения о покупке для различных категорий потребителей.</p> <p>Практическое занятие 6. Анализ факторов, влияющих на принятие решения о покупке в организации.</p> <p>Практическое занятие 7. Сегментирование целевой аудитории</p> <p>Практическое занятие 8. Определение портрета целевой аудитории</p> <p>Практическое занятие 9. Работа с инструментами для анализа целевой аудитории</p> <p>Практическое занятие 10. Проведение целостного анализа целевой аудитории</p>	2
Тема 1.2. Комплексное изучение рынка	<p>Содержание учебного материала</p> <p>1. Роль анализа рынка для бизнеса.</p> <p>2. Виды и методы исследований рынка.</p> <p>3. Структура и показатели анализа рынка.</p> <p>4. Основные этапы проведения исследования рынка.</p> <p>Практических занятий и лабораторных работ</p> <p>Практическое занятие 11. Выбор целевого сегмента рынка.</p> <p>Практическое занятие 12. Определение проблемы организации на рынке.</p>	2

	Практическое занятие 13. Формулирование цели и задач исследования.	
	Практическое занятие 14. Составление плана проведения исследования рынка.	
	Практическое занятие 15. Определение источников для сбора необходимой информации.	
	Практическое занятие 16. Составление SWOT-анализа предприятия.	
	Практическое занятие 17. Составление PEST-анализа предприятия.	
	Практическое занятие 18. Проведение ситуационного анализа рынка. Выявление тенденций рынка.	
	Практическое занятие 19. Произвести расчет объема, потенциала, темп роста рынка.	
	Практическое занятие 20. Преобразование полученных данных и разработка концепции позиционирования продукта на рынке.	
Тема 1.3 Комплексное изучение конкурентов.	Содержание учебного материала	2
	1. Роль анализа конкурентов для бизнеса.	
	2. Этапы и структура исследования конкурентов.	
	3. Методы исследования конкурентов.	
	4. Обработка и преобразование результатов анализа конкурентов.	
	Практических занятий и лабораторных работ	
	Практическое занятие 21. Оценка общего уровня внутриотраслевой конкуренции.	2
	Практическое занятие 22. Составление карты конкуренции.	
	Практическое занятие 23. Проведение сравнительного анализа конкурентов.	
	Практическое занятие 24. Проведение сравнительного анализа ценовой политики конкурентов.	
	Практическое занятие 25. Проведение сравнительного анализа дистрибуции продукта конкурентов.	
	Практическое занятие 26. Определение позиционирования всех участников на рынке.	
	Практическое занятие 27. Оценка методов продвижения конкурентов.	
	Практическое занятие 28. Оценка технологического уровня конкурентов.	
	Практическое занятие 29. Оценка конкурентных преимуществ/недостатков.	
	Практическое занятие 30. Оценка и сравнение ключевого потребителя конкурентов.	
Самостоятельная работа	8. Работа с конспектами и со специальной литературой по маркетингу и рекламе (по параграфам и главам, указанным преподавателем). 9. Использование Интернета. 10. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций, разработанных преподавателем. 11. Самостоятельное изучение факторов покупательского поведения. 12. Составление схемы собственного поведения при совершении покупки. 13. Подготовка сообщения для практической работы по выбранному сектору рекламного рынка. 14. Выполнение анализа и сегментирования рынка.	81
Консультации		1
Промежуточная аттестация: экзамен		12
МДК.01.02 Маркетинг в рекламе		102
Содержание		4

Тема 2.1. Сущность рекламных и коммуникационных кампаний	1. Понятие брифа, виды брифов.	10
	2. Понятие и цели рекламных и коммуникационных кампаний.	
	3. Основные виды рекламных и коммуникационных кампаний, и их задачи.	
	4. Классификация рекламных и коммуникационных кампаний.	
	5. Теоретические принципы организации рекламной и коммуникационной кампаний.	
	6. Характеристика составляющих элементов рекламной кампании: проведение исследований рынка, формирование концепции рекламной кампании, разработка медиаплана, реализация кампании, определение эффективности кампании.	
	7. Оценка эффективности рекламных мероприятий.	
	8. Методы определения эффективности: предтестирование, тестирование, посттестирование в рекламе.	
	9. Виды коммуникационных каналов.	
	10. Критерии экономической и коммуникативной эффективности в рекламе.	
	Практических занятий и лабораторных работ	
Практическое занятие 1. Определение структуры брифа. Преобразование карточки объекта рекламирования в бриф.		
Практическое занятие 2. Создание брифа и оценка соответствия его поставленной задаче.		
Практическое занятие 3. Определение целей рекламной или коммуникационной кампании.		
Практическое занятие 4. Выбор вида рекламной или коммуникационной кампании.		
Практическое занятие 5. Определение каналов продвижения торговой марки.		
Практическое занятие 6. Определение перспективных каналов в интернет-среде.		
Практическое занятие 7. Разработка рекламных идей.		
Практическое занятие 8. Распределение каналов коммуникации на целевую аудиторию. Выделение целевых групп, на которые будут направлены различные мероприятия, акции.		
Практическое занятие 9. Определение сроков проведения рекламной или коммуникационной кампании.		
Практическое занятие 10. Определение предварительной оценки бюджета.		
Практическое занятие 11. Определение способов оценки эффективности исходя из целей кампаний.		
Самостоятельная работа	85	
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной экономической литературы (по вопросам к параграфам, разделам учебных пособий, составленным преподавателем) Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление лабораторно- практических работ, отчетов и подготовка к их защите.		
Консультации	1	
Промежуточная аттестация: дифференцированный зачет	2	
Учебная практика	36/36	
Виды работ - разработка брифа. - проведение первичного анализа рынка.		
Производственная практика (по профилю специальности)	72/72	

Виды работ <ul style="list-style-type: none"> - анализ состава рынка. - проведение сегментирования на рынке. - разработка плана проведения исследований потребителей. - разработка средств продвижения рекламы в средствах массовой информации и обоснование этих решений. - подготовка плана проведения рекламной кампании. 	
Экзамен по модулю	12
Всего	324/108

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет маркетинговых исследований Учебная аудитория - посадочные места по количеству обучающихся - рабочее место преподавателя - компьютер - демонстрационное оборудование - проектор и экран - доска классная Программное обеспечение: 1С: Предприятие 8 1С: Бухгалтерия 8 Kaspersky Endpoint Security Microsoft Office Microsoft Visio Microsoft Visual Studio Microsoft Windows Консультант+
Кабинет для самостоятельной и воспитательной работы Аудитория - посадочные места по количеству обучающихся - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно - образовательную среду Программное обеспечение: 1С: Предприятие 8 Kaspersky Endpoint Security Microsoft Office Microsoft Visio Microsoft Visual Studio Microsoft Windows Консультант+
Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет Аудитория - посадочные места по количеству обучающихся - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно - образовательную среду и электронно-библиотечную систему Программное обеспечение: 1С: Предприятие 8 Kaspersky Endpoint Security Microsoft Office Microsoft Visio Microsoft Visual Studio Microsoft Windows Система «Антиплагиат. Вуз» Консультант+
Актовый зал Аудитория - специализированные кресла для актовых залов - сцена - трибуна - мультимедиапроектор - компьютер - технические средства, служащие для представления информации большой аудитории - видео увеличитель (проектор) - демонстрационное оборудование и аудиосистема - микрофоны Программное обеспечение: 1С: Предприятие 8 Kaspersky Endpoint Security

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, интернет-ресурсов, дополнительной литературы

ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

<p>Поведение потребителей</p>	<p>Основная литература Поведение потребителей : учебное пособие / Г. А. Васильев, О. А. Лебедева, А. Г. Васильев [и др.] ; под редакцией Н. И. Лыгиной, Г. А. Васильева. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2019. — 238 с. — ISBN 978-5-238-01280-3. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFOбразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/81820 Основы потребительских знаний : учебное пособие / Л. Б. Нюренбергер, А. Е. Архипов, Э. Н. Климова [и др.]. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 110 с. — ISBN 978-5-4497-1180-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/108239.html Сидорова, С. А. Потребительское поведение в современном обществе: экономико-социологический анализ : монография / С. А. Сидорова, В. Я. Красниковский. — Москва : Прометей, 2019. — 130 с. — ISBN 978-5-907100-33-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/94496.html Сушкевич, Е. А. Поведение потребителей : практикум / Е. А. Сушкевич. — Минск : Вышэйшая школа, 2020. — 152 с. — ISBN 978-985-06-3263-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/120058.html</p> <p>Дополнительная литература Аликперова, Н. В. Потребительские практики: современные реалии и глобальные тренды : монография / Н. В. Аликперова. — Москва : Прометей, 2019. — 148 с. — ISBN 978-5-907166-37-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/94495.html Валько, Д. В. Маркетинг взаимоотношений на потребительском рынке электронной торговли: концептуальный подход и инструментарий сетевых взаимодействий : монография / Д. В. Валько. — 2-е изд. — Челябинск, Саратов : Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 173 с. — ISBN 978-5-4486-0666-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/81482.html Сухорукова, Н. Г. Экономическое поведение : учебное пособие / Н. Г. Сухорукова, С. А. Филатов. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 142 с. — ISBN 978-5-4497-1199-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/108257.html (</p>
<p>Маркетинг в рекламе</p>	<p>Основная литература Мазилкина, Е. И. Маркетинг : учебное пособие для СПО / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Профобразование, 2020. — 232 с. — ISBN 978-5-4488-0726-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFOбразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/88760 Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFOбразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/95594 Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект : учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 262 с. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFOбразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/87862 Захарова, И. В. Маркетинг : учебное пособие для СПО / И. В. Захарова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 152 с. — ISBN 978-5-4488-0383-3, 978-</p>

	<p>5-4497-0221-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/86471</p> <p>Дополнительная литература</p> <p>Зюзина, Н. Н. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие / Н. Н. Зюзина. — Липецк : Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2019. — 77 с. — ISBN 978-5-88247-925-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/88795</p> <p>Основы маркетинга : лабораторный практикум для СПО / составители Г. Т. Анурова, О. С. Спицына. — Саратов : Профобразование, 2019. — 103 с. — ISBN 978-5-4488-0318-5. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/86143</p> <p>Заможных, Е. А. Рекламные технологии : учебное пособие (курс лекций) / Е. А. Заможных, П. И. Срыбная. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 118 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/92742</p>
<p>Учебная практика</p>	<p>Основная литература</p> <p>Поведение потребителей : учебное пособие / Г. А. Васильев, О. А. Лебедева, А. Г. Васильев [и др.] ; под редакцией Н. И. Лыгиной, Г. А. Васильева. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2019. — 238 с. — ISBN 978-5-238-01280-3. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО ЕЕСЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/81820</p> <p>Основы потребительских знаний : учебное пособие / Л. Б. Нюренбергер, А. Е. Архипов, Э. Н. Климова [и др.]. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 110 с. — ISBN 978-5-4497-1180-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/108239.html</p> <p>Сидорова, С. А. Потребительское поведение в современном обществе: экономико-социологический анализ : монография / С. А. Сидорова, В. Я. Красниковский. — Москва : Прометей, 2019. — 130 с. — ISBN 978-5-907100-33-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/94496.html</p> <p>Сушкевич, Е. А. Поведение потребителей : практикум / Е. А. Сушкевич. — Минск : Вышэйшая школа, 2020. — 152 с. — ISBN 978-985-06-3263-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/120058.html</p> <p>Дополнительная литература</p> <p>Зюзина, Н. Н. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие / Н. Н. Зюзина. — Липецк : Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2019. — 77 с. — ISBN 978-5-88247-925-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/88795</p> <p>Основы маркетинга : лабораторный практикум для СПО / составители Г. Т. Анурова, О. С. Спицына. — Саратов : Профобразование, 2019. — 103 с. — ISBN 978-5-4488-0318-5. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/86143</p> <p>Заможных, Е. А. Рекламные технологии : учебное пособие (курс лекций) / Е. А. Заможных, П. И. Срыбная. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 118 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/92742</p>
<p>Производственная практика(по профилю специальности)</p>	<p>Основная литература</p> <p>Мазилкина, Е. И. Маркетинг : учебное пособие для СПО / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Профобразование, 2020. — 232 с. — ISBN 978-5-4488-0726-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/88760</p> <p>Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/95594</p>

<p>Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект : учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 262 с. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/87862</p>
<p>Захарова, И. В. Маркетинг : учебное пособие для СПО / И. В. Захарова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 152 с. — ISBN 978-5-4488-0383-3, 978-5-4497-0221-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/86471</p>
<p>Дополнительная литература</p>
<p>Аликперова, Н. В. Потребительские практики: современные реалии и глобальные тренды : монография / Н. В. Аликперова. — Москва : Прометей, 2019. — 148 с. — ISBN 978-5-907166-37-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/94495.html</p>
<p>Валько, Д. В. Маркетинг взаимоотношений на потребительском рынке электронной торговли: концептуальный подход и инструментарий сетевых взаимодействий : монография / Д. В. Валько. — 2-е изд. — Челябинск, Саратов : Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 173 с. — ISBN 978-5-4486-0666-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/81482.html</p>
<p>Сухорукова, Н. Г. Экономическое поведение : учебное пособие / Н. Г. Сухорукова, С. А. Филатов. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 142 с. — ISBN 978-5-4497-1199-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/108257.html (</p>

Интернет-ресурсы:

1. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»;
2. Сайт о рекламе и маркетинге Advertology.ru;
2. Сайт о рекламном рынке Adindex.ru;
3. Сайт о новостях маркетинга и рекламы Sostav.ru;
4. Интернет-издание о бизнесе, инновациях, маркетинге и технологиях
5. Сайт ассоциации коммуникационных агентств России Akarussia.ru.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> - выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа. 	<p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ</p> <p>Кейс-задачи</p> <p>Защита проекта</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития. 	<p>Устные выступления с Презентацией</p> <p>Защита проектов</p> <p>Зачет</p> <p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 03	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации 	<p>Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики</p>
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей. - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе. 	<p>Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий;</p> <p>Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю.

		Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> - использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельность выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста. 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;</p> <p>Экспертное наблюдение за выполнением работ. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 07	<ul style="list-style-type: none"> - сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности; - определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности; - соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; - определение путей обеспечения ресурсосбережения; - выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях; - соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса. 	<p>Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> - эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области 	<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ;</p> <p>Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации;</p> <p>Кейс-метод;</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 1.1	<ul style="list-style-type: none"> - анализ требований целевых групп потребителей с использованием, средств исследования рынка; - полнота и точность выявления целевых групп; - обоснованность решений при определении метода проведения исследования; - демонстрация умений поиска и применения нормативных документов. 	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 1.2	<ul style="list-style-type: none"> - полнота и точность анализа рынка; - демонстрация знаний о характеристиках и составе рекламного рынка; 	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - обоснованность решений при определении метода проведения исследования рынка; - демонстрация умений поиска и применения нормативных документов. 	<ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК1.3	<ul style="list-style-type: none"> - способность осуществлять сбор, систематизацию, обработку, стратегический анализ и оценку конкурентной среды. 	<p>Экспертная оценка в осуществлении стратегических анализов и оценки конкурентной среды, мониторинг и прогнозирование экономических процессов на макро- и микроуровнях и интерпретирует полученные результаты;</p> <p>Экспертная оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> - результатов работы на практических занятиях; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - при выполнении и защите курсовой работы; - при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 1.4	<ul style="list-style-type: none"> - аргументированность плана продвижения рекламного продукта (рекламной кампании) при взаимодействии с заказчиками; - точность выбора вида рекламной кампании; - обоснованность выбора методов и технологии осуществления оценки эффективности; - правильность и точность разработки средств размещения рекламного продукта в соответствии с требованиями нормативных документов. 	<p>Экспертная оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> - результатов работы на практических занятиях; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - при выполнении и защите курсовой работы; - при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>

**Профессиональная образовательная
автономная некоммерческая организация
«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)**

Утверждаю:
Директор ПО АНО МИБиУ
д.с.н., профессор Е.В. Добренькова

«28» июня 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**ПМ.02 РАЗРАБОТКА И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО И
ТАКТИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ И
КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ, АКЦИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ**

Для специальности
среднего профессионального образования
42.02.01 Реклама

Москва, 2024

ОДОБРЕНА

на заседании ПЦК гуманитарных и
естественнонаучных дисциплин

Протокол № 6 от «28» июня 2024г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе:

- Приказа Минобрнауки России от 17.05.2012 № 413 (ред. от 12.08.2022) «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования» (зарегистрировано в Минюсте России 07.06.2012 № 24480);
- Приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 23.11.2022 № 1014 «Об утверждении федеральной образовательной программы среднего общего образования» (зарегистрирован 22.12.2022 № 71763);
- Письма Минпросвещения России от 01.03.2023 № 05-592 «О направлении рекомендаций» (вместе с «Рекомендациями по реализации среднего общего образования в пределах освоения образовательной программы среднего профессионального образования»);
- Приказа Минпросвещения России от 22.03.2021 № 115 (ред. от 07.10.2022) "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по основным общеобразовательным программам - образовательным программам начального общего, основного общего и среднего общего образования" (Зарегистрировано в Минюсте России 20.04.2021 № 63180);
- Приказа Минпросвещения России от 24.08.2022 № 762 (ред. от 20.12.2022) "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования" (Зарегистрировано в Минюсте России 21.09.2022 № 70167);
- Письма Минпросвещения России от 20.07.2020 № 05-772 "О направлении инструктивно-методического письма по организации применения современных методик и программ преподавания по общеобразовательным дисциплинам в системе среднего профессионального образования, учитывающих образовательные потребности обучающихся образовательных организаций, реализующих программы среднего профессионального образования;
- Примерной рабочей программы общеобразовательной дисциплины «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» для профессиональных образовательных организаций ФГБОУ ДПО ИРПО (Протокол № 14 от «30» ноября 2022).

Содержание программы реализуется в процессе освоения обучающимися основной образовательной программы с получением среднего общего образования, разработанной в соответствии с требованиями ФГОС СОО.

СОДЕРЖАНИЕ

**1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
МОДУЛЯ**

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности **Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий** и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 07.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 2	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
ПК 2.1.	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
ПК 2.2.	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля студент должен:

Владеть навыками	Планирования системы маркетинговых коммуникаций Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> - определять бизнес-цели заказчика, маркетинговые цели заказчика, коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании; - определять и формулировать цели рекламной/коммуникационной кампании; - определять и формулировать задачи рекламной/коммуникационной кампании; - уметь составлять активационный план коммуникационной стратегии, бюджет и медиа-план рекламной/коммуникационной кампании; - составлять брифы, необходимые для стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний; - пользоваться профессиональным глоссарием.
Знать	<ul style="list-style-type: none"> - систему маркетинговых коммуникаций; - инструменты маркетинговых коммуникаций; - методику стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний; - виды стратегий: бизнес-стратегию, маркетинговую стратегию, коммуникационную стратегию, медиа стратегию; - способы и приемы коммуникации с заказчиком в процессе брифования; - систему брифов в стратегическом и тактическом планировании рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; - логику и структуру плана активации коммуникационной стратегии; - логику и структуру медиаплана; - методы и способы поиска рекламной идеи; - методы и способы бюджетирования, и способы оценки эффективности рекламных и

	коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; - профессиональный глоссарий.
--	--

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля (очная форма обучения)

Коды ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Общий объем нагрузки, акад. ч.	В форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.								
				Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем					Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация	Практика	
				Всего	в том числе						Учебная	Производственная
					лекции, уроки, семинарские занятия	лабораторные работы и практические занятия	курсовая работа (проект)	Консультации				
ПК.2.1, ОК 01-05, ОК 07, ОК 09	МДК.02.01. Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний	106		98	28	68		2	8			
ПК.2.2, ОК 01-05, ОК 07, ОК 09	МДК.02.02. Медиапланирование и медиабаинг	108		98	16	80		2	10			
ПК.2.1-ПК.2.2, ОК 01-05, ОК 07, ОК 09	Учебная практика	72	72								72	
ПК.2.1-ПК.2.2, ОК 01-05, ОК 07, ОК 09	Производственная практика (по профилю специальности)	72	72									72
	Промежуточная аттестация: экзамен по ПМ	12								12		
	Всего:	370	144	196	78	114		4	18	12	72	72

2.2. Структура профессионального модуля (заочная форма обучения)

Коды ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Общий объем нагрузки, акад. ч.	В форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.								
				Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем					Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация	Практика	
				Всего	в том числе						Учебная	Производственная
					лекции, уроки, семинарские занятия	лабораторные работы и практические занятия	курсовая работа (проект)	Консультации				
ПК.2.1, ОК 01-05, ОК 07, ОК 09	МДК.02.01. Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний	106		17	4	12		1	89			
ПК.2.2, ОК 01-05, ОК 07, ОК 09	МДК.02.02. Медиапланирование и медиабаинг	108		9	2	6		1	99			
ПК.2.1-ПК.2.2, ОК 01-05, ОК 07, ОК 09	Учебная практика	72	72								72	
ПК.2.1-ПК.2.2, ОК 01-05, ОК 07, ОК 09	Производственная практика (по профилю специальности)	72	72									72
	Промежуточная аттестация: экзамен по ПМ	12								12		
	Всего:	370	144	26	6	18		2	188	12	72	72

2.3. Тематический план . и содержание профессионального модуля (очная форма обучения)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч	
1	2	3	
МДК.02.01 Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний		106	
Введение в курс		2	
Тема 1.1. Логика и ключевые этапы процесса стратегического планирования	Содержание	4	
	1. Анализ и уточнение бизнес-стратегии заказчика		
	2. Анализ/разработка и корректировка маркетинговой стратегии заказчика		
	3. Коммуникационная стратегия кампании		
	4. Бюджет и оценка эффективности рекламной и коммуникационной кампании		
	Практических занятий и лабораторных работ		
	Практическое занятие. Анализ и корректировка маркетинговой стратегии предприятия	8	
	Практическое занятие. Создание коммуникационной стратегии предприятия	8	
	Тема 1.2. Структура и этапы создания стратегического брифа (часть 1)	Содержание	10
		1. Перевод бизнес и маркетинговых целей заказчика в коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании	
2. Определение и создание целей рекламной/коммуникационной кампании			
3. Создание портрета целевой аудитории			
4. Определение позиционирования товара/услуги и поиск инсайта целевой аудитории			
5. Основное обещание бренда/рекламодателя конечному потребителю			
	Практических занятий и лабораторных работ		
	Практическое занятие. Разработка рекламной/коммуникационной кампании заказчика (часть 1)	22	
	Тема 1.3. Структура и этапы создания стратегического брифа (часть 2)	Содержание	10
1. Основное обращение к целевой аудитории рекламной/коммуникационной кампании (key message)			
2. Основные способы поиска рекламной идеи			
3. Обоснование и выбор каналов коммуникации			
4. Бюджетирование рекламной/коммуникационной кампании			
5. Определение основных показателей эффективности рекламной/коммуникационной кампании и этапов ее мониторинга			
	Практических занятий и лабораторных работ		
	Практическое занятие. Разработка рекламной/коммуникационной кампании заказчика (часть 2)	30	
Самостоятельная работа Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем).		8	

Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчётов и подготовка к их защите.		
Консультации	2	
Промежуточная аттестация: дифференцированный зачет	2	
МДК.02.02 Медиапланирование и медиабайнг	108	
Тема 2.1. Основные продукты работы стратега в рекламном агентстве	Содержание	10
	1. Стратегический/креативный бриф	
	2. Коммуникационная стратегия и ее виды	
	3. Активационный план коммуникационной стратегии	
	4. Аналитика рынка и трендов	
	Практических занятий и лабораторных работ	
	Практическое занятие. Стратегическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий предприятия	40
Тема 2.2. Презентация продуктов работы стратега	Содержание	4
	Предъявление продуктов стратега в формате презентации	
	Практических занятий и лабораторных работ	
	Практическое занятие. Тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий предприятия	40
Тематика самостоятельной работы		10
Индустриальные стандарты АКАР: стратегическое планирование		
Маркетинговые стратегии на разных рынках		
Определение и сегментация целевой аудитории		
Составление портрета целевой аудитории		
Структура стратегического/коммуникационного брифа		
Система брифов стратегического планирования		
Позиционирование и потребительский инсайт		
Основное обещание и key message		
Рекламная идея и методы ее поиска		
Бюджет коммуникационной кампании: структура и основные параметры		
Основные метрики эффективности рекламной/коммуникационной кампании		
Структура медиаплана и его основные показатели		
Разработка или участие в реальных рекламных и коммуникационных проектах.		
Консультации	2	
Промежуточная аттестация: дифференцированный зачет	2	
Учебная практика	72/72	
Виды работ		
Анализ случаев и сценариев: изучение реальных бизнес-случаев, разбор успешных и неудачных кампаний, создание собственных сценариев и стратегий. Разработка рекламных концепций: планирование и создание прототипов рекламных материалов, выбор каналов распространения, определение целевой аудитории.		

<p>Проведение маркетинговых исследований: планирование и проведение опросов, анализ потребительского поведения, интерпретация полученных данных.</p> <p>Работа с медиа: планирование медиа-стратегий, работа с различными типами медиа, включая онлайн и офлайн каналы.</p> <p>Практические упражнения по коммуникациям: разработка и презентация речей, участие в дебатах, тренировка навыков общения и убеждения.</p> <p>Создание портфолио: компиляция и представление портфолио работ, включая рекламные материалы, проекты и отчеты.</p> <p>Этика и законодательство в рекламе: изучение и анализ законов и этических норм, регулирующих рекламную деятельность.</p> <p>Технологические навыки: освоение программ и инструментов для дизайна, аналитики и управления проектами.</p> <p>Командная работа: участие в групповых проектах, разработка стратегий и тактик в команде, оценка эффективности командной работы.</p> <p>Отчетность и отражение: подготовка отчетов о проделанной работе, рефлексия над полученным опытом, планирование дальнейшего развития.</p> <p>Участие в семинарах и воркшопах: активное участие в дополнительных занятиях, мастер-классах от профессионалов отрасли, сетевых мероприятиях.</p> <p>Подготовка к курсовому проекту: выбор темы, планирование исследования, поиск и анализ литературных источников.</p>	
<p>Производственная практика (по профилю специальности)</p> <p>Виды работ</p> <p>Анализ стратегического и тактического планирования в рекламных кампаниях.</p> <p>Изучение роли рекламы и коммуникации в современных маркетинговых стратегиях.</p> <p>Аудит и анализ конкурентного рынка и целевой аудитории.</p> <p>Разработка и оценка рекламных и коммуникационных стратегий для конкретного продукта или услуги.</p> <p>Изучение и анализ различных медиа и немедийных каналов коммуникации.</p> <p>Техники и методы бюджетирования рекламных и коммуникационных кампаний.</p> <p>Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий.</p> <p>Практическое применение рекламных и коммуникационных стратегий в реальных проектах.</p> <p>Разработка и осуществление маркетинговой стратегии как инструмента бизнес -стратегии.</p> <p>Разработка коммуникационной, медиа стратегии.</p> <p>Планирование и оценка маркетинга, рекламы и медиаплана.</p> <p>Анализ эффективности и форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования.</p>	72/72
<p>Промежуточная аттестация: экзамен по профессиональному модулю</p>	12
<p>Всего</p>	370/144

2.4. Тематический план и содержание профессионального модуля (заочная форма обучения)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч
1	2	3
МДК.02.01 Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний		106
Введение в курс		
Тема 1.1. Логика и ключевые этапы процесса стратегического планирования	Содержание	
	1. Анализ и уточнение бизнес-стратегии заказчика	
	2. Анализ/разработка и корректировка маркетинговой стратегии заказчика	
	3. Коммуникационная стратегия кампании	
	4. Бюджет и оценка эффективности рекламной и коммуникационной кампании	
	Практических занятий и лабораторных работ	2
	Практическое занятие. Анализ и корректировка маркетинговой стратегии предприятия	
	Практическое занятие. Создание коммуникационной стратегии предприятия	
Тема 1.2. Структура и этапы создания стратегического брифа (часть 1)	Содержание	
	1. Перевод бизнес и маркетинговых целей заказчика в коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании	
	2. Определение и создание целей рекламной/коммуникационной кампании	
	3. Создание портрета целевой аудитории	
	4. Определение позиционирования товара/услуги и поиск инсайта целевой аудитории	
	5. Основное обещание бренда/рекламодателя конечному потребителю	
	Практических занятий и лабораторных работ	
	Практическое занятие. Разработка рекламной/коммуникационной кампании заказчика (часть 1)	6
Тема 1.3. Структура и этапы создания стратегического брифа (часть 2)	Содержание	
	1. Основное обращение к целевой аудитории рекламной/коммуникационной кампании (key message)	
	2. Основные способы поиска рекламной идеи	
	3. Обоснование и выбор каналов коммуникации	
	4. Бюджетирование рекламной/коммуникационной кампании	
	5. Определение основных показателей эффективности рекламной/коммуникационной кампании и этапов ее мониторинга	
	Практических занятий и лабораторных работ	
	Практическое занятие. Разработка рекламной/коммуникационной кампании заказчика (часть 2)	6
Самостоятельная работа		
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем).		89

Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчётов и подготовка к их защите.	
Консультации	1
Промежуточная аттестация: дифференцированный зачет	2
МДК.02.02 Медиапланирование и медиабайнг	108
Тема 2.1. Основные продукты работы стратега в рекламном агентстве	Содержание
	1. Стратегический/креативный бриф
	2. Коммуникационная стратегия и ее виды
	3. Активационный план коммуникационной стратегии
	4. Аналитика рынка и трендов
Практических занятий и лабораторных работ	
Практическое занятие. Стратегическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий предприятия	4
Тема 2.2. Презентация продуктов работы стратега	Содержание
	Предъявление продуктов стратега в формате презентации
	Практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие. Тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий предприятия
	2
Тематика самостоятельной работы	
Индустриальные стандарты АКАР: стратегическое планирование	
Маркетинговые стратегии на разных рынках	
Определение и сегментация целевой аудитории	
Составление портрета целевой аудитории	
Структура стратегического/коммуникационного брифа	
Система брифов стратегического планирования	
Позиционирование и потребительский инсайт	
Основное обещание и key message	
Рекламная идея и методы ее поиска	
Бюджет коммуникационной кампании: структура и основные параметры	
Основные метрики эффективности рекламной/коммуникационной кампании	
Структура медиаплана и его основные показатели	
Разработка или участие в реальных рекламных и коммуникационных проектах.	
	99
Консультации	1
Промежуточная аттестация: дифференцированный зачет	2
Учебная практика	
Виды работ	
Анализ случаев и сценариев: изучение реальных бизнес-случаев, разбор успешных и неудачных кампаний, создание собственных сценариев и стратегий.	
Разработка рекламных концепций: планирование и создание прототипов рекламных материалов, выбор каналов распространения, определение целевой аудитории.	
	72/72

<p>Проведение маркетинговых исследований: планирование и проведение опросов, анализ потребительского поведения, интерпретация полученных данных.</p> <p>Работа с медиа: планирование медиа-стратегий, работа с различными типами медиа, включая онлайн и офлайн каналы.</p> <p>Практические упражнения по коммуникациям: разработка и презентация речей, участие в дебатах, тренировка навыков общения и убеждения.</p> <p>Создание портфолио: компиляция и представление портфолио работ, включая рекламные материалы, проекты и отчеты.</p> <p>Этика и законодательство в рекламе: изучение и анализ законов и этических норм, регулирующих рекламную деятельность.</p> <p>Технологические навыки: освоение программ и инструментов для дизайна, аналитики и управления проектами.</p> <p>Командная работа: участие в групповых проектах, разработка стратегий и тактик в команде, оценка эффективности командной работы.</p> <p>Отчетность и отражение: подготовка отчетов о проделанной работе, рефлексия над полученным опытом, планирование дальнейшего развития.</p> <p>Участие в семинарах и воркшопах: активное участие в дополнительных занятиях, мастер-классах от профессионалов отрасли, сетевых мероприятиях.</p> <p>Подготовка к курсовому проекту: выбор темы, планирование исследования, поиск и анализ литературных источников.</p>	
<p>Производственная практика (по профилю специальности)</p> <p>Виды работ</p> <p>Анализ стратегического и тактического планирования в рекламных кампаниях.</p> <p>Изучение роли рекламы и коммуникации в современных маркетинговых стратегиях.</p> <p>Аудит и анализ конкурентного рынка и целевой аудитории.</p> <p>Разработка и оценка рекламных и коммуникационных стратегий для конкретного продукта или услуги.</p> <p>Изучение и анализ различных медиа и немедийных каналов коммуникации.</p> <p>Техники и методы бюджетирования рекламных и коммуникационных кампаний.</p> <p>Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий.</p> <p>Практическое применение рекламных и коммуникационных стратегий в реальных проектах.</p> <p>Разработка и осуществление маркетинговой стратегии как инструмента бизнес-стратегии.</p> <p>Разработка коммуникационной, медиа стратегии.</p> <p>Планирование и оценка маркетинга, рекламы и медиаплана.</p> <p>Анализ эффективности и форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования.</p>	72/72
<p>Промежуточная аттестация: экзамен по профессиональному модулю</p>	12
<p>Всего</p>	370/144

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет стратегического планирования рекламных и коммуникационных компаний
Учебная аудитория
- посадочные места по количеству обучающихся
- рабочее место преподавателя
- компьютер
- демонстрационное оборудование - проектор и экран
- доска классная
Программное обеспечение:
1С: Предприятие 8
Kaspersky Endpoint Security
Microsoft Office
Microsoft Visio
Microsoft Visual Studio
Microsoft Windows
Консультант+
Кабинет для самостоятельной и воспитательной работы
Аудитория
- посадочные места по количеству обучающихся
- компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно - образовательную среду
Программное обеспечение:
1С: Предприятие 8
Kaspersky Endpoint Security
Microsoft Office
Microsoft Visio
Microsoft Visual Studio
Microsoft Windows
Консультант+
Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет
Аудитория
- посадочные места по количеству обучающихся
- компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно - образовательную среду и электронно-библиотечную систему
Программное обеспечение:
1С: Предприятие 8
Kaspersky Endpoint Security
Microsoft Office
Microsoft Visio
Microsoft Visual Studio
Microsoft Windows
Система «Антиплагиат. Вуз»
Консультант+
Актовый зал
Аудитория
- специализированные кресла для актовых залов
- сцена
- трибуна
- мультимедиапроектор
- компьютер
- технические средства, служащие для представления информации большой аудитории
- видео увеличитель (проектор)
- демонстрационное оборудование и аудиосистема
- микрофоны
Программное обеспечение:
1С: Предприятие 8
Kaspersky Endpoint Security
Microsoft Office

Microsoft Visio
 Microsoft Visual Studio
 Microsoft Windows

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	
Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний	Основная литература
	Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/95594
	Чилинбир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилинбир. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/95335
	Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект : учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 262 с. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/87862
	Мельникова, Н. А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н. А. Мельникова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 178 с. — ISBN 978-5-394-03570-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/90235.html
	Дополнительная литература
	Пантелеева, Т. А. Рекламная деятельность: сборник кейсов для практических занятий : учебное пособие и практикум / Т. А. Пантелеева, К. Л. Анищенко. — Москва : Университет мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского, 2023. — 154 с. — ISBN 978-5-6048971-5-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/133470.html
	Шамхалова, С. Ш. Теле- и радиореклама. Секреты завоевания потребителей / С. Ш. Шамхалова. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 140 с. — ISBN 978-5-394-03934-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/121400.html
	Дзялошинский, И. М. Коммуникация и коммуникативная культура : учебное пособие / И. М. Дзялошинский. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 606 с. — ISBN 978-5-4497-1367-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/115017.html
	Панцуркина, Т. К. Основы менеджмента : учебное пособие для СПО / Т. К. Панцуркина. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 133 с. — ISBN 978-5-4488-0808-1, 978-5-4497-0472-6. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/96023
Богомолова, Е. В. Менеджмент : учебное пособие для СПО / Е. В. Богомолова, И. А. Черникова. — 2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2020. — 97 с. — ISBN 978-5-88247-963-2, 978-5-4488-0762-6. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/92831	

Медиапланирование и медиабаннг	<p>Основная литература Чилингир, Е. Ю. Медиаанализ и медиапланирование : учебное пособие / Е. Ю. Чилингир. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 103 с. — ISBN 978-5-4497-</p>
	<p>0562-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/95334.html Мельникова, Н. А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н. А. Мельникова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 178 с. — ISBN 978-5-394-03570-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/90235.html Марочкина, С. С. Медиарилейшнз и медиапланирование : учебное пособие / С. С. Марочкина, И. Б. Шуванов, Е. В. Щетинина. — Сочи : Сочинский государственный университет, 2020. — 46 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/106572.html Дополнительная литература Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект : учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 262 с. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/87862 Шамхалова, С. Ш. Теле- и радиореклама. Секреты завоевания потребителей / С. Ш. Шамхалова. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 140 с. — ISBN 978-5-394-03934-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/121400.html Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/95594</p>
Учебная практика	<p>Основная литература Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/95594 Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/95335 Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект : учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 262 с. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/87862 Мельникова, Н. А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н. А. Мельникова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 178 с. — ISBN 978-5-394-03570-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/90235.html Дополнительная литература Шамхалова, С. Ш. Теле- и радиореклама. Секреты завоевания потребителей / С. Ш. Шамхалова. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 140 с. — ISBN 978-5-394-03934-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/121400.html Пантелеева, Т. А. Рекламная деятельность: сборник кейсов для практических занятий : учебное пособие и практикум / Т. А. Пантелеева, К. Л. Анищенко. — Москва : Университет мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского, 2023.</p>

	<p>— 154 с. — ISBN 978-5-6048971-5-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/133470.html</p> <p>Дзялошинский, И. М. Коммуникация и коммуникативная культура : учебное пособие / И. М. Дзялошинский. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 606 с. — ISBN 978-5-4497-1367-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/115017.html</p>
Производственная практика (по профилю специальности)	<p>Основная литература</p> <p>Чилингир, Е. Ю. Медиаанализ и медиапланирование : учебное пособие / Е. Ю. Чилингир. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 103 с. — ISBN 978-5-4497-0562-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/95334.html</p> <p>Мельникова, Н. А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н. А. Мельникова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 178 с. — ISBN 978-5-394-03570-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/90235.html</p> <p>Марочкина, С. С. Медиарилейшнз и медиапланирование : учебное пособие / С. С. Марочкина, И. Б. Шуванов, Е. В. Щетинина. — Сочи : Сочинский государственный университет, 2020. — 46 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/106572.html</p>
	<p>Дополнительная литература</p> <p>Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект : учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 262 с. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/87862</p> <p>Шамхалова, С. Ш. Теле- и радиореклама. Секреты завоевания потребителей / С. Ш. Шамхалова. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 140 с. — ISBN 978-5-394-03934-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/121400.html</p> <p>Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/95594</p>

Интернет-ресурсы:

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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> - выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа. 	<p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ</p> <p>Кейс-задачи</p> <p>Защита проекта</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития. 	<p>Устные выступления с Презентацией</p> <p>Защита проектов</p> <p>Зачет</p> <p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 03	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации 	<p>Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей; 	<p>Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий;</p> <p>Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий.</p> <p>Зачет</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе 	<p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> - использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста. 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;</p> <p>Экспертное наблюдение за выполнением работ.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 07	<ul style="list-style-type: none"> - сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности; - определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности; - соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; - определение путей обеспечения ресурсосбережения; - выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях; - соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса. 	<p>Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> - эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области 	<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ;</p> <p>Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации;</p> <p>Кейс-метод;</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 2.1	<ul style="list-style-type: none"> - адекватность и полнота разработанных планов; - умение определить цели и задачи кампании; - способность выбрать стратегические подходы; 	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена - экзамена по модулю.

		Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 2.2	<ul style="list-style-type: none"> - качество анализа рынка и целевой аудитории; - четкость и структурированность презентации; - соответствие планов установленным форматам; - убедительность аргументации; - понимание стратегической направленности. 	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>

**Профессиональная образовательная
автономная некоммерческая организация
«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)**

Утверждаю:
Директор ПО АНО МИБиУ

д.с.н., профессор Е.В. Добренькова

«28» июня 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Для специальности
среднего профессионального образования
42.02.01 Реклама

Москва, 2024

ОДОБРЕНА

на заседании ПЦК гуманитарных и
естественнонаучных дисциплин

Протокол № 6 от «28» июня 2024г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе:

- Приказа Минобрнауки России от 17.05.2012 № 413 (ред. от 12.08.2022) «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования» (зарегистрировано в Минюсте России 07.06.2012 № 24480);
- Приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 23.11.2022 № 1014 «Об утверждении федеральной образовательной программы среднего общего образования» (зарегистрирован 22.12.2022 № 71763);
- Письма Минпросвещения России от 01.03.2023 № 05-592 «О направлении рекомендаций» (вместе с «Рекомендациями по реализации среднего общего образования в пределах освоения образовательной программы среднего профессионального образования»);
- Приказа Минпросвещения России от 22.03.2021 № 115 (ред. от 07.10.2022) "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по основным общеобразовательным программам - образовательным программам начального общего, основного общего и среднего общего образования" (Зарегистрировано в Минюсте России 20.04.2021 № 63180);
- Приказа Минпросвещения России от 24.08.2022 № 762 (ред. от 20.12.2022) "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования" (Зарегистрировано в Минюсте России 21.09.2022 № 70167);
- Письма Минпросвещения России от 20.07.2020 № 05-772 "О направлении инструктивно-методического письма по организации применения современных методик и программ преподавания по общеобразовательным дисциплинам в системе среднего профессионального образования, учитывающих образовательные потребности обучающихся образовательных организаций, реализующих программы среднего профессионального образования;
- Примерной рабочей программы общеобразовательной дисциплины «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» для профессиональных образовательных организаций ФГБОУ ДПО ИРПО (Протокол № 14 от «30» ноября 2022).

Содержание программы реализуется в процессе освоения обучающимися основной образовательной программы с получением среднего общего образования, разработанной в соответствии с требованиями ФГОС СОО.

СОДЕРЖАНИЕ

**1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
МОДУЛЯ**

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля студент должен освоить вид деятельности **Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий** и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 3	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
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.

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля студент должен:

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - выявления основных и второстепенных конкурентов; - планирования системы маркетинговых коммуникаций; - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций; - выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; - структуры и базовых принципов рекламного сообщения.
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - производить качественные аналитические исследования рынка; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - определять ключевые цели рекламной кампании; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - использовать поисковые системы интернета.
Знать	<ul style="list-style-type: none"> - способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентно среды; - методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития; - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; - методики рекламного планирования; - важность учета пожеланий заказчика при разработке, при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля (очная форма обучения)

Коды ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Общий объем нагрузки, акад. ч.	В форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.								
				Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем					Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация	Практика	
				Всего	в том числе						Учебная	Производственная
					лекции, уроки, семинарские занятия	лабораторные работы и практические занятия	курсовая работа (проект)	Консультации				
ПК.3.1, ОК 01-03	МДК.03.01. Цифровой маркетинг /Цифровой маркетинг: СММ-продвижение товаров и услуг	108		86	28	56		2	10	12		
ПК.3.2, ПК.3.3 ОК 01-03	МДК.03.02. Коммуникационные инструменты интернет-среды	108		86	22	62		2	10	12		
ПК.3.1-3.3, ОК 01-03	Учебная практика	72	72								72	
ПК.3.1-3.3, ОК 01-03	Производственная практика (по профилю специальности)	72	72									72
	Промежуточная аттестация: экзамен по ПМ	12								12		
	Всего:	372	144	172	50	118		4	20	36	72	72

2.2. Структура профессионального модуля (заочная форма обучения)

Коды ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Общий объем нагрузки, акад. ч.	В форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.								
				Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем					Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация	Практика	
				Всего	в том числе						Учебная	Производственная
					лекции, уроки, семинарские занятия	лабораторные работы и практические занятия	курсовая работа (проект)	Консультации				
ПК.3.1, ОК 01-03	МДК.03.01. Цифровой маркетинг /Цифровой маркетинг: СММ-продвижение товаров и услуг	108		25	8	16		1	71	12		
ПК.3.2, ПК.3.3 ОК 01-03	МДК.03.02. Коммуникационные инструменты интернет-среды	108		17	8	8		1	79	12		
ПК.3.1-3.3, ОК 01-03	Учебная практика	72	72								72	
ПК.3.1-3.3, ОК 01-03	Производственная практика (по профилю специальности)	72	72									72
	Промежуточная аттестация: экзамен по ПМ	12								12		
	Всего:	372	144	42	16	24		2	150	36	72	72

2.3. Тематический план и содержание профессионального модуля (очная форма обучения)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч
1	2	3
МДК.03.01 Цифровой маркетинг /Цифровой маркетинг: СММ-продвижение товаров и услуг		108
Тема 1.1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете	<p>Содержание</p> <p>1. Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории</p> <p>2. Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз</p> <p>3. Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в интернете</p> <p>4. Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда</p> <p>5. Размещение контекстно-медийных объявлений в сети интернет</p> <p>6. Проведение аналитической справки конкурентов для реализации стратегии продвижения</p> <p>7. Разработка инструментов коммуникации в социальных сетях</p> <p>Практических занятий и лабораторных работ</p> <p>Практическое занятие 1: Создание и размещение рекламных объявлений в социальных сетях.</p> <p>Практическое занятие 2. Разработка концепции стратегии для поисковых систем.</p> <p>Практическое занятие 3. Разработка стратегии проведения для рекламной кампании.</p> <p>Практическое занятие 4. Настройка таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество. Кнопка Вступить.</p> <p>Практическое занятие 5. Сделать сегмент ЦА (отдельно для мужчин, отдельно для женщин) Подключить на сайт Яндекс.Метрику.</p> <p>Практическое занятие 6. Разработать концепцию продвижения личного бренда.</p> <p>Практическое занятие 7. Расчет стоимости перехода клиента. Формирование KPI.</p> <p>Практическое занятие 8. Составить бриф на разработку РК для таргетированной рекламы.</p>	<p>14</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>30</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>2</p> <p>4</p> <p>4</p>
Тема 1.2. Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в интернете	<p>Содержание</p> <p>1. Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в интернете.</p> <p>2. Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов по контекстно-медийной стратегии продвижения в интернете.</p> <p>3. SEO. РСЯ. Email-маркетинг.</p> <p>4. Проведение работ по реализации стратегии продвижения в интернете.</p> <p>5. Классификация рекламы. SMM. Каналы распространения email-рассылки.</p> <p>6. Согласование показателей эффективности и бюджета продвижения с заказчиком.</p> <p>7. Системы управления интернет-рекламой.</p> <p>Практических занятий и лабораторных работ</p> <p>Практическое занятие 9: Создать контент стратегию для личного бренда.</p>	<p>14</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>26</p> <p>4</p>

	Практическое занятие 10. Провести исследование системы веб-аналитики. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».	4
	Практическое занятие 11. Выявить более качественный инструмент в развитии сайта и онлайн-продвижения.	4
	Практическое занятие 12. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».	4
	Практическое занятие 13. Создать тематическое сообщество. Наполнить контентом.	4
	Практическое занятие 14. Определить влияние таргетированной рекламы на целевую аудиторию	2
	Практическое занятие 15. Проанализировать, где лучше всего применяется email-маркетинг.	2
	Практическое занятие 16. Собрать базу подписчиков при помощи email-маркетинга	2
Самостоятельная работа		10
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем).		
Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.		
Консультации		2
Промежуточная аттестация: экзамен		12
МДК.03.02 Коммуникационные инструменты интернет- среды		108
Тема 2.1. Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа	Содержание	8
	1. Web Analytics - аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде.	1
	2. Принципы и практики реализации контекстной рекламы	1
	3. Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	1
	4. Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта	1
	5. Преимущества и недостатки отдельных форматов медийной рекламы; цели использования рекламодателями	1
	6. Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга	1
	7. Алгоритмы и результаты поискового продвижения.	2
	Практических занятий и лабораторных работ	24
	1. Использование методов проведения анализа эффективности маркетинговой активности в сети «Интернет»	2
	2. Создание email-рассылок: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические и ссылочные.	2
	3. Внедрение основными инструментами для оценки эффективности рекламной кампании	2
	4. Разработка контентной составляющей для личного бренда	2
	5. Оценка эффективности продвижения рекламного агентства	2
	6. Стоимость одного подписчика. Конверсия сайта через таргет.	2
	7. Выбор цели для настройки. 12 категорий Вконтакте. Создание тестового режима а/в тестирования. Создание креативов для рекламы.	2
8. Проанализировать внешнюю и внутреннюю оптимизации.	2	
9. Оптимизация meta-информации страницы	4	
10. Составить продающую цепочку для чат-бота	4	
	Содержание	14
	1. Технологии привлечения посетителей на сайт	2

Тема 2.2. Управление реализацией стратегии интернет-продвижения	2. Области и стратегии применения цифрового маркетинга	2
	3. Этапы осуществления компаний.	2
	4. Формулирование целей цифрового маркетинга для компаний.	2
	5. E-mail- и вирусный маркетинг.	2
	6. Инструменты и методы цифрового маркетинга.	2
	7. Поведенческий таргетинг, матрица потребности	2
	Практических занятий и лабораторных работ	38
	1. Разработка уникального торгового предложения	4
	2. Продвижение нового товара с применением современных маркетинговых инструментов	4
	3. Визуальное оформление контента для личного бренда	4
	4. Разработать концепцию и план проведения рекламной и/или PR компании	4
	5. Swot анализ и Pest анализ компании	4
	6. Позиционирование бренда. Платформа	4
	7. Алгоритмы поисковых систем и соц. сетей	4
8. Воронка продаж. Скрипт коммерческого предложения	4	
9. Проведение рекламных кампаний в социальных медиа	4	
10. Анализ трафика на веб-сайт	2	
Самостоятельная работа	10	
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.		
Консультации	2	
Промежуточная аттестация: экзамен	12	
Учебная практика		
Виды работ		
1. Ознакомление с конструктором сайтов	72/72	
2. Разработка графических элементов		
3. Создание концепции графического оформления		
4. Разработка структуры и схемы сайта		
5. Сборка сайта. Подготовка. Защита проекта		
Производственная практика (по профилю специальности)		
Виды работ		
1. Создание клиентской базы для рекламного предприятия	72/72	
2. Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии.		
3. Изготовить рекламный и/или PR материал.		
4. Подготовить презентационный отчет о ходе практики.		
5. Изготовленная рекламная продукция. Защита проекта.		
Промежуточная аттестация: экзамен по профессиональному модулю	12	
Всего	372/144	

2.4. Тематический план и содержание профессионального модуля (заочная форма обучения)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч
1	2	3
МДК.03.01 Цифровой маркетинг /Цифровой маркетинг: СММ-продвижение товаров и услуг		108
Тема 1.1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете	<p>Содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории 2. Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз 3. Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в интернете 4. Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда 5. Размещение контекстно-медийных объявлений в сети интернет 6. Проведение аналитической справки конкурентов для реализации стратегии продвижения 7. Разработка инструментов коммуникации в социальных сетях <p>Практических занятий и лабораторных работ</p> <p>Практическое занятие 1: Создание и размещение рекламных объявлений в социальных сетях.</p> <p>Практическое занятие 2. Разработка концепции стратегии для поисковых систем.</p> <p>Практическое занятие 3. Разработка стратегии проведения для рекламной кампании.</p> <p>Практическое занятие 4. Настройка таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество. Кнопка Вступить.</p> <p>Практическое занятие 5. Сделать сегмент ЦА (отдельно для мужчин, отдельно для женщин) Подключить на сайт Яндекс.Метрику.</p> <p>Практическое занятие 6. Разработать концепцию продвижения личного бренда.</p> <p>Практическое занятие 7. Расчет стоимости перехода клиента. Формирование KPI.</p> <p>Практическое занятие 8. Составить бриф на разработку РК для таргетированной рекламы.</p>	4
Тема 1.2. Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в интернете	<p>Содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в интернете. 2. Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов по контекстно-медийной стратегии продвижения в интернете. 3. SEO. РСЯ. Email-маркетинг. 4. Проведение работ по реализации стратегии продвижения в интернете. 5. Классификация рекламы. SMM. Каналы распространения email-рассылки. 6. Согласование показателей эффективности и бюджета продвижения с заказчиком. 7. Системы управления интернет-рекламой. <p>Практических занятий и лабораторных работ</p> <p>Практическое занятие 9: Создать контент стратегию для личного бренда.</p>	4
		8

	Практическое занятие 10. Провести исследование системы веб-аналитики. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».	
	Практическое занятие 11. Выявить более качественный инструмент в развитии сайта и онлайн-продвижения.	
	Практическое занятие 12. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».	
	Практическое занятие 13. Создать тематическое сообщество. Наполнить контентом.	
	Практическое занятие 14. Определить влияние таргетированной рекламы на целевую аудиторию	
	Практическое занятие 15. Проанализировать, где лучше всего применяется email-маркетинг.	
	Практическое занятие 16. Собрать базу подписчиков при помощи email-маркетинга	
Самостоятельная работа		71
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем).		
Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.		
Консультации		1
Промежуточная аттестация: экзамен		12
МДК.03.02 Коммуникационные инструменты интернет- среды		108
Тема 2.1. Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа	Содержание	2
	1. Web Analytics - аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде.	
2. Принципы и практики реализации контекстной рекламы		
3. Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»		
4. Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта		
5. Преимущества и недостатки отдельных форматов медийной рекламы; цели использования рекламодами		
6. Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга		
7. Алгоритмы и результаты поискового продвижения.		
	Практических занятий и лабораторных работ	6
	1. Использование методов проведения анализа эффективности маркетинговой активности в сети «Интернет»	
	2. Создание email-рассылок: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические и ссылочные.	
	3. Внедрение основными инструментами для оценки эффективности рекламной кампании	
	4. Разработка контентной составляющей для личного бренда	
	5. Оценка эффективности продвижения рекламного агентства	
	6. Стоимость одного подписчика. Конверсия сайта через таргет.	
	7. Выбор цели для настройки. 12 категорий Вконтакте. Создание тестового режима a/b тестирования. Создание креативов для рекламы.	
	8. Проанализировать внешнюю и внутреннюю оптимизации.	
	9. Оптимизация meta-информации страницы	
10. Составить продающую цепочку для чат-бота		
	Содержание	2
	1. Технологии привлечения посетителей на сайт	

Тема 2.2. Управление реализацией стратегии интернет-продвижения	2. Области и стратегии применения цифрового маркетинга		
	3. Этапы осуществления компаний.		
	4. Формулирование целей цифрового маркетинга для компаний.		
	5. E-mail- и вирусный маркетинг.		
	6. Инструменты и методы цифрового маркетинга.		
	7. Поведенческий таргетинг, матрица потребности		
	Практических занятий и лабораторных работ		
	1. Разработка уникального торгового предложения		
	2. Продвижение нового товара с применением современных маркетинговых инструментов		
	3. Визуальное оформление контента для личного бренда		
4. Разработать концепцию и план проведения рекламной и/или PR компании	6		
5. Swot анализ и Pest анализ компании			
6. Позиционирование бренда. Платформа			
7. Алгоритмы поисковых систем и соц. сетей			
8. Воронка продаж. Скрипт коммерческого предложения			
9. Проведение рекламных кампаний в социальных медиа			
10. Анализ трафика на веб-сайт			
Самостоятельная работа		79	
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.			
Консультации		1	
Промежуточная аттестация: экзамен	12		
Учебная практика	72/72		
Виды работ			
6. Ознакомление с конструктором сайтов			
7. Разработка графических элементов			
8. Создание концепции графического оформления			
9. Разработка структуры и схемы сайта			
10. Сборка сайта. Подготовка. Защита проекта			
Производственная практика (по профилю специальности)	72/72		
Виды работ			
6. Создание клиентской базы для рекламного предприятия			
7. Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии.			
8. Изготовить рекламный и/или PR материал.			
9. Подготовить презентационный отчет о ходе практики.			
10. Изготовленная рекламная продукция. Защита проекта.			
Промежуточная аттестация: экзамен по профессиональному модулю	12		
Всего	372/144		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения: _____

Кабинет маркетинговых исследований

Учебная аудитория

- посадочные места по количеству обучающихся
- рабочее место преподавателя
- компьютер
- демонстрационное оборудование - проектор и экран
- доска классная

Программное обеспечение:

1С: Предприятие 8

1С: Бухгалтерия 8

Kaspersky Endpoint Security

Microsoft Office

Microsoft Visio

Microsoft Visual Studio

Microsoft Windows

Консультант+

Кабинет брендинга и бренд менеджмента

Учебная аудитория

- посадочные места по количеству обучающихся
- рабочее место преподавателя
- компьютер
- демонстрационное оборудование - проектор и экран
- доска классная

Программное обеспечение:

1С: Предприятие 8

Kaspersky Endpoint Security

Microsoft Office

Microsoft Visio

Microsoft Visual Studio

Microsoft Windows

Консультант+

Кабинет для самостоятельной и воспитательной работы

Аудитория

- посадочные места по количеству обучающихся
- компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду

Программное обеспечение:

1С: Предприятие 8

Kaspersky Endpoint Security

Microsoft Office

Microsoft Visio

Microsoft Visual Studio

Microsoft Windows

Консультант+

Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет

Аудитория

- посадочные места по количеству обучающихся
- компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему

Программное обеспечение:

1С: Предприятие 8

Kaspersky Endpoint Security

Microsoft Office

Microsoft Visio

Microsoft Visual Studio

Microsoft Windows

Система «Антиплагиат. Вуз»

<p>Консультант+</p> <p>Актовый зал</p> <p>Аудитория</p> <ul style="list-style-type: none"> - специализированные кресла для актовых залов - сцена - трибуна - мультимедиапроектор - компьютер - технические средства, служащие для представления информации большой аудитории - видео увеличитель (проектор) - демонстрационное оборудование и аудиосистема - микрофоны <p>Программное обеспечение:</p> <p>1С: Предприятие 8</p> <p>Kaspersky Endpoint Security</p> <p>Microsoft Office</p> <p>Microsoft Visio</p> <p>Microsoft Visual Studio</p> <p>Microsoft Windows</p>
--

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	
	Основная литература
	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 // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/125686.html
	Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/95594
	Сафонова, Л. А. Интернет-маркетинг : учебное пособие / Л. А. Сафонова, Г. Н. Смоловик, В. П. Королева. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2019. — 80 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/90586.html
	Дополнительная литература
	Дорохова, М. А. Как заработать в Интернете : практическое пособие / М. А. Дорохова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 189 с. — ISBN 978-5-394-03151-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/83133.html
	Константинов, В. И. Маркетинг : учебное пособие / В. И. Константинов. — Москва, Вологда : Инфра-Инженерия, 2023. — 236 с. — ISBN 978-5-9729-1146-2. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/132790
	Мазилкина, Е. И. Маркетинг : учебное пособие для СПО / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Профобразование, 2020. — 232 с. — ISBN 978-5-4488-0726-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/88760
Цифровой маркетинг / Цифровой маркетинг: СММ-продвижение товаров и услуг	Сухов, В. Д. Маркетинг : учебник для СПО / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 306 с. — ISBN 978-5-4488-1358-0, 978-5-4497-1608-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/119290
	Основная литература
	Лунева, Е. А. Цифровой маркетинг : учебное пособие / Е. А. Лунева, Н. П. Реброва. — Москва : Прометей, 2021. — 164 с. — ISBN 978-5-00172-088-1. —

<p>Коммуникационные инструменты интернет- среды</p>	<p>Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/125686.html</p> <p>Сафонова, Л. А. Интернет-маркетинг : учебное пособие / Л. А. Сафонова, Г. Н. Смоловик, В. П. Королева. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2019. — 80 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/90586.html</p> <p>Дорохова, М. А. Как заработать в Интернете : практическое пособие / М. А. Дорохова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 189 с. — ISBN 978-5-394-03151-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/83133.html</p> <p>Дополнительная литература</p> <p>Зюзина, Н. Н. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие / Н. Н. Зюзина. — Липецк : Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2019. — 77 с. — ISBN 978-5-88247-925-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/88795</p> <p>Захарова, И. В. Маркетинг : учебное пособие для СПО / И. В. Захарова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 152 с. — ISBN 978-5-4488-0383-3, 978-5-4497-0221-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/86471</p> <p>Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/95594</p>
<p>Учебная практика</p>	<p>Основная литература</p> <p>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 // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/125686.html</p> <p>Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/95594</p> <p>Сафонова, Л. А. Интернет-маркетинг : учебное пособие / Л. А. Сафонова, Г. Н. Смоловик, В. П. Королева. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2019. — 80 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/90586.html</p> <p>Дополнительная литература</p> <p>Зюзина, Н. Н. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие / Н. Н. Зюзина. — Липецк : Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2019. — 77 с. — ISBN 978-5-88247-925-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/88795</p> <p>Захарова, И. В. Маркетинг : учебное пособие для СПО / И. В. Захарова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 152 с. — ISBN 978-5-4488-0383-3, 978-5-4497-0221-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/86471</p> <p>Сухов, В. Д. Маркетинг : учебник для СПО / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 306 с. — ISBN 978-5-4488-1358-0, 978-5-4497-1608-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/119290</p>
	<p>Основная литература</p> <p>Лунева, Е. А. Цифровой маркетинг : учебное пособие / Е. А. Лунева, Н. П. Реброва. — Москва : Прометей, 2021. — 164 с. — ISBN 978-5-00172-088-1. —</p>

Производственная практика (по профилю специальности)	Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/125686.html
	Сафонова, Л. А. Интернет-маркетинг : учебное пособие / Л. А. Сафонова, Г. Н. Смоловик, В. П. Королева. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2019. — 80 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/90586.html
	Дорохова, М. А. Как заработать в Интернете : практическое пособие / М. А. Дорохова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 189 с. — ISBN 978-5-394-03151-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/83133.html
	Дополнительная литература
	Зюзина, Н. Н. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие / Н. Н. Зюзина. — Липецк : Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2019. — 77 с. — ISBN 978-5-88247-925-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/88795
Захарова, И. В. Маркетинг : учебное пособие для СПО / И. В. Захарова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 152 с. — ISBN 978-5-4488-0383-3, 978-5-4497-0221-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/86471	
Сухов, В. Д. Маркетинг : учебник для СПО / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 306 с. — ISBN 978-5-4488-1358-0, 978-5-4497-1608-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/119290	

Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/15>
4. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>
5. Сайт о рекламном рынке adindex.ru;
6. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru ;
7. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru
8. Рекламный сайт "Advertising.ru"; <http://www.advertising.ru>
9. Сайт "Advertology.ru"; www.advertology.ru/
10. Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.cprrd.ru/>.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> - выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа. 	<p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ</p> <p>Кейс-задачи</p> <p>Защита проекта</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития 	<p>Устные выступления с презентацией</p> <p>Защита проектов</p> <p>Зачет</p> <p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 03	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - осознанное планирование повышения квалификации. 	<p>Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 3.1	<ul style="list-style-type: none"> - определять и классифицировать рекламу; - применять полученные знания в практической реализации поставленных задач с учетом стандартов компетенции «Реклама»; 	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> - выстраивать каналы рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; 	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - работать с нормативными документами в области рекламы; - выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности с учетом стандартов компетенции «Реклама» 	<p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> - участников рекламной деятельности и их функции; - классификацию рекламы; - процесс рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - виды и формы рекламы, рекламные кампании с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - понятие и основы брендинга; - методы оценки эффективности рекламы. 	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: экзамена.</p> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>

**Профессиональная образовательная
автономная некоммерческая организация
«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)**

Утверждаю:
Директор ПО АНО МИБиУ

д.с.н., профессор Е.В. Добренькова

«28» июня 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**ПМ.04 СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ
СООБЩЕНИЙ, ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И
ТВОРЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ
РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ**

Для специальности
среднего профессионального образования
42.02.01 Реклама

Москва, 2024

ОДОБРЕНА

на заседании ПЦК гуманитарных и
естественнонаучных дисциплин

Протокол № 6 от «28» июня 2024г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе:

- Приказа Минобрнауки России от 17.05.2012 № 413 (ред. от 12.08.2022) «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования» (зарегистрировано в Минюсте России 07.06.2012 № 24480);
- Приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 23.11.2022 № 1014 «Об утверждении федеральной образовательной программы среднего общего образования» (зарегистрирован 22.12.2022 № 71763);
- Письма Минпросвещения России от 01.03.2023 № 05-592 «О направлении рекомендаций» (вместе с «Рекомендациями по реализации среднего общего образования в пределах освоения образовательной программы среднего профессионального образования»);
- Приказа Минпросвещения России от 22.03.2021 № 115 (ред. от 07.10.2022) "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по основным общеобразовательным программам - образовательным программам начального общего, основного общего и среднего общего образования" (Зарегистрировано в Минюсте России 20.04.2021 № 63180);
- Приказа Минпросвещения России от 24.08.2022 № 762 (ред. от 20.12.2022) "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования" (Зарегистрировано в Минюсте России 21.09.2022 № 70167);
- Письма Минпросвещения России от 20.07.2020 № 05-772 "О направлении инструктивно-методического письма по организации применения современных методик и программ преподавания по общеобразовательным дисциплинам в системе среднего профессионального образования, учитывающих образовательные потребности обучающихся образовательных организаций, реализующих программы среднего профессионального образования;
- Примерной рабочей программы общеобразовательной дисциплины «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях» для профессиональных образовательных организаций ФГБОУ ДПО ИРПО (Протокол № 14 от «30» ноября 2022).

Содержание программы реализуется в процессе освоения обучающимися основной образовательной программы с получением среднего общего образования, разработанной в соответствии с требованиями ФГОС СОО.

СОДЕРЖАНИЕ

**1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
МОДУЛЯ**

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля студент должен освоить вид деятельности **Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях** и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 06.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 4	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
ПК 4.1.	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.
ПК 4.2.	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.
ПК 4.3.	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля студент должен:

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); - поиска и подбора оригинального нейма и слогана; - определения оригинальной идеи для рекламной кампании; - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК; - оформления текстовых и графических документов; - оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; - создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; - определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; - доводить информацию заказчика до ЦА;

	<ul style="list-style-type: none"> - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность / оригинальность; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; - создавать графические материалы рекламного характера; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.
Знать	<ul style="list-style-type: none"> - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - технические средства создания визуального контента; - возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; - структуру брифа и требования к нему; - важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; - требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля (очная форма обучения)

Коды ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Общий объем нагрузки, акад. ч.	В форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.								
				Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем					Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация	Практика	
				Всего	в том числе						Учебная	Производственная
лекции, уроки, семинарские занятия	лабораторные работы и практические занятия	курсовая работа (проект)	Консультации									
ПК.4.1, ПК.4.2, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 09	МДК.04.01. Разработка творческих рекламных решений	162		137	32	98		7	13	12		
ПК.4.2, ПК.4.3, ОК 01-05, ОК 06, ОК 09	МДК.04.02. Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	186		160	40	84	30	6	14	12		
ПК.4.1-ПК.4.3, ОК 01-05, ОК 06, ОК 09	Учебная практика	108	108								108	
ПК.4.1-ПК.4.3, ОК 01-05, ОК 06, ОК 09	Производственная практика (по профилю специальности)	72	72									72
	Промежуточная аттестация: экзамен по ПМ	12								12		
	Всего:	540	180	297	72	182	30	13	27	36	108	72

2.2. Структура профессионального модуля (заочная форма обучения)

Коды ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Общий объем нагрузки, акад. ч.	В форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.								
				Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем					Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация	Практика	
				Всего	в том числе						Учебная	Производственная
лекции, уроки, семинарские занятия	лабораторные работы и практические занятия	курсовая работа (проект)	Консультации									
ПК.4.1, ПК.4.2, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 09	МДК.04.01. Разработка творческих рекламных решений	162		49	10	38		1	101	12		
ПК.4.2, ПК.4.3, ОК 01-05, ОК 06, ОК 09	МДК.04.02. Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	186		112	22	58	30	2	62	12		
ПК.4.1-ПК.4.3, ОК 01-05, ОК 06, ОК 09	Учебная практика	108	108								108	
ПК.4.1-ПК.4.3, ОК 01-05, ОК 06, ОК 09	Производственная практика (по профилю специальности)	72	72									72
	Промежуточная аттестация: экзамен по ПМ	12								12		
	Всего:	540	180	161	32	96	30	3	163	36	108	72

2.3. Тематический план и содержание профессионального модуля (очная форма обучения)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
1	2	3
МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений		162
Раздел 1. Система корпоративной идентичности в рекламной деятельности		42
Тема 1.1. Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы	Содержание учебного материала	10
	Понятие системы корпоративной идентичности, фирменного стиля, бренд айдентики. Бренд-айдентика и корпоративная айдентика. Брендбук, гайдлайн, логобук.	
	Основные функции системы корпоративной идентичности. Влияние системы корпоративной идентичности на эффективность рекламной коммуникации.	
	Основные элементы системы корпоративной идентичности. Методика разработки шрифтового логотипа. Виды визуальных знаков. Методика разработки графического знака.	
	Причины и способы изменения корпоративной айдентики. Редизайн, рестайлинг, ребрендинг.	
	Носители корпоративной идентичности: деловая документация, корпоративная одежда и транспорт, сувенирная продукция.	
	Практических занятий и лабораторных работ	32
	Практическое занятие 1. Разработка шрифтового логотипа и графического фирменного знака	10
	Практическое занятие 2. Формирование системы корпоративной идентичности	10
	Практическое занятие 3. Разработка комплекса носителей корпоративного стиля	12
Раздел 2. Рекламное проектирование		58
Тема 2.1. Рекламное проектирование	Содержание учебного материала	8
	Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual.	
	Рекламный текст и копирайтинг. Прием литературного тропа в создании креативной рекламы. Виды тропов.	
	Работа с заказчиком. Заполнение и утверждение брифа. Бриф, дебриф, креативный бриф.	
	Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual.	
		Практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 4. Проведение анализа, формирование ключевого рекламного решения.	10
	Практическое занятие 5. Создание инсайта, разработка рекламного текста	10
	Практическое занятие 6. Создание ключевого визуального образа (Key visual). Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения нового товара на рынок	10
	Содержание учебного материала	6

Тема 2.2. Проектирование печатной рекламы	Проектирование печатной рекламы. Виды печатной рекламы. Технологии печатной рекламы.	
	Проектирование ВТБ-рекламы. Виды POSM.	
	Виды рекламы для сопровождения экспозиционной деятельности	
	Практических занятий и лабораторных работ	
	Практическое занятие 7. Разработка комплекса POSM	6
Тема 2.3. Проектирование рекламы в онлайн среде	Содержание учебного материала	4
	Основные виды рекламных носителей в онлайн-среде. Типы и структура сайтов.	
	Контекстная и таргетированная реклама. Виды интернет-баннеров.	
	Практических занятий и лабораторных работ	
	Практическое занятие 8. Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения в онлайн среде	4
Раздел 3. Проектирование рекламного комплекса		30
Тема 3.1. Проектирование наружной рекламы	Содержание учебного материала	2
	Виды наружной рекламы, конструктивные особенности, технологии создания.	
	Практических занятий и лабораторных работ	
	Практическое занятие 9. Разработка комплекса и серии креативной наружной рекламы	14
Тема 3.2. Проектирование транзитной рекламы	Содержание учебного материала	2
	Виды транзитной рекламы	
	Практических занятий и лабораторных работ	
	Практическое занятие 10. Разработка комплекса транзитной рекламы	12
Самостоятельная работа		13
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.		
Консультации		7
Промежуточная аттестация: экзамен		12
МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки		186
Раздел 1. Основы компьютерной графики		38
Тема 1.1. Основы векторной графики. Программа Adobe Illustrator	Содержание учебного материала	8
	Основные настройки и инструменты, навыки работы с объектами, работа с цветом, способы окрашивания объектов.	
	Операции над объектами (трансформация, порядок, выравнивание, геометрические операции над объектами).	
	Создание и редактирования контуров. Техника рисунка в кривых и работа с текстом	
	Создание текстурных векторных кистей	
	Практических занятий и лабораторных работ	10
	Практическое занятие №1. Рисунок из геометрических объектов. Создание логотипа	2
	Практическое занятие №2. Работы с кривыми. Создание патера; Кисти. Создание текстурных векторных кистей	2
	Практическое занятие №3. Векторный компьютерный рисунок с использованием кривых	2
	Практическое занятие 4. Создание рекламного плаката	2

	Практическое занятие №5. Работа с текстом. Разработка дизайна интернет-рассылок.	2
Тема 1.2. Основы растровой графики. Программа Photoshop	Содержание учебного материала	8
	Интерфейс программы Photoshop. Основные инструменты. Способы выделения.	
	Понятия слоя. Работа со слоями, многослойные изображения.	
	Работа с текстом и эффекты в растровой среде.	
	Техника ретуширования. Цветовая тоновая коррекция изображения	
	Практических занятий и лабораторных работ	12
	Практическое занятие №6. Создание композиции с использованием готовых выделенных объектов	2
	Практическое занятие №7. Создание многослойной монтажной композиции в растровой графике	2
	Практическое занятие №8. Компьютерная обработка растрового изображения: стилизация фотографии «под вектор»	2
	Практическое занятие №9. Обработка фотографий в программе растровой графики	2
	Практическое занятие №10. Размещение объектов с учётом перспективы	2
Практическое занятие №11. Создание рекламной листовки в программе Photoshop	2	
Самостоятельная работа при изучении раздела 1		
Работа с конспектами, учебной и специальной литературой (по параграфам, главам учебных пособий, указанным преподавателем).		1
- Импорт и экспорт изображений, работа с растровыми изображениями.		
- Специальные эффекты в векторной среде.		
- Цветовая-тоновая коррекция фотографий.		
- Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж.		
Раздел 2. Выбор основных изобразительных средств рекламной фотографии.		16
Тема 2.1. Использование студийного оборудования, технология фототравирования.	Содержание учебного материала	2
	Особенности технологии прикладного использования студийного оборудования.	
	Практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие №1. Схемы установки студийного освещения для решения основных задач рекламной фотосессии.	2
Практическое занятие №2. Использование насадок и фильтров на приборы студийного освещения, для создания специфического светового рисунка на рекламируемом объекте.	2	
Тема 2.2. Работа над имиджевой фотографией, фотосессия предметов потребления.	Содержание учебного материала	2
	Фотографирование визуальных рекламных композиций. Фотосессия предметов потребления. Фотосессия визуальных композиций. Фотосессия имиджевого предмета. Креативная компоновка различных предметов в композицию для рекламного проекта.	
	Практических занятий и лабораторных работ	8
	Практическое занятие №3. Компоновка и финишное решение для рекламной композиции натюрморта предметов потребления. Подбор визуального ряда и текстового материала по заданной теме в фотосессии визуальной композиции.	4
	Практическое занятие №4. Фотосессия имиджевого предмета. Подбор вариантов креативного решения освещения для выявления визуального акцента. Фотографирование визуального проекта имиджевой фотосессии.	4
Самостоятельная работа при изучении раздела 2		1

1. Пробная фотосессия предметов.		
2. Приобретение знаний композиции в составлении натюрморта. Фотографирование натюрморта со студийным светом.		
3. Подбор оптики по свойствам, параметрам и творческим задачам.		
4. Приобретение знаний об оптической системе фотокамеры. Работа с объективами различных оптических систем.		
Раздел 3. Использование технологии создания рекламных фотокомпозиций	24	
Тема 3.1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции	Содержание учебного материала	2
	Осуществление поиск рекламных идей.	
	Художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы в жанрах.	
	Практических занятий и лабораторных работ	8
	Практическое занятие №5. Разработка авторского рекламного проекта.	4
	Практическое занятие №6. Создание визуальных образов с рекламными функциями.	4
Тема 3.2. Производство рекламной продукции	Содержание учебного материала	6
	Выбор и использование инструментов, оборудования, материалов и изобразительных средств	
	Практическое использование изобразительных средств оптики, фактуры, световых схем для создания имиджа рекламного продукта.	
	Практических занятий и лабораторных работ	8
	Практическое занятие №7. Создание модели, макета, сценария визуального решения объекта	4
	Практическое занятие №8. Исполнение рекламного решения имиджа в визуальном образе.	4
Самостоятельная работа при изучении раздела 3		
Комплексное фото сопровождение бренда, продукции, каталогизирование визуальных образов.		
Создание конечного визуального продукта рекламной фотосессии.		
Разработка имиджевого решения визуального ряда рекламируемого объекта.	1	
Раздел 4. Техника и технология рекламного видео	46	
Тема 4.1. Способы формирования идеи. Запись идеи для дальнейшего видео производство.	Содержание учебного материала	4
	Логлайн. Синописис.	
	Сценарий. Раскадровка.	
	Трехактная структура повествования	
	Практических занятий и лабораторных работ	10
	Практическое занятие №1. Написание своих логанов к реальным фильмам, написание логанов к своему воображаемому рекламному ролику.	4
	Практическое занятие №2. Написание своего сценария по логлайну к своему рекламному ролику.	2
Практическое занятие №3. Создание раскадровки по своему сценарию рекламному ролику.	4	
Тема 4.2. Тритмент. Референсы	Содержание учебного материала	2
	Тритмент. Структура. Наполнение.	
	Референсы.	
	Практических занятий и лабораторных работ	8
	Практическое занятие №4. Написать триметр опираясь на свой логин и сценарий.	4
	Практическое занятие №5. Научится пользоваться ресурсами для поисков референсов	2
Практическое занятие №6. Собрать референсы для своего ролика поместить в Тритмент.	2	

Тема 4.3. Создание рекламного видеоролика по-своему тритменту.	Содержание учебного материала	6
	Основные принципы композиции кадра.	
	10 принципов монтажа.	
	Практических занятий и лабораторных работ	16
	Практическое занятие №7. Снять рекламный ролик Опираясь на свой тритмент	8
	Практическое занятие №8. Смонтировать рекламный ролик согласно раскадровки	8
Курсовой проект (работа) Тематика курсовых работ:		
Совершенствование рекламной коммуникации посредством редизайна сайта и адаптации для мобильных устройств.		
Совершенствование рекламной коммуникации в соцсетях.		
Совершенствование рекламной коммуникации посредством проведения мероприятий (Event-мероприятия, btl акции, выставки и т.д.).		
Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки фирменного стиля.		
Совершенствование рекламной коммуникации посредством рестайлинга фирменного стиля.		
Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки сайта.		
Совершенствование рекламной коммуникации посредством продвижения в онлайн среде.		
Совершенствование рекламной коммуникации посредством создания контента.		
Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки рекламной продукции.		
Совершенствование рекламной коммуникации посредством смм продвижения.		
Разработка фирменного стиля и формирование имиджа компании.		
Разработка рекламного комплекса для торговой марки.		
Разработка рекламного комплекса для предприятия.		
Разработка рекламного комплекса для увеличения лояльности целевой аудитории.		
Разработка рекламной кампании в соцсетях для узнаваемости и информирования целевой аудитории для предприятия.		
Разработка рекламной кампании в онлайн среде.		
Разработка и создание медиа контента и раздаточных материалов.		
Разработка материалов для совершенствования рекламной коммуникации.		
Проведение рестайлинга фирменного стиля и создание печатной продукции.		
Формирование (если на стартапе) рекламной коммуникации посредством создания фирменного стиля для предприятия.		
Формирование рекламной коммуникации в онлайн среде.		
Продвижение посредством таргетированной рекламы.		
Продвижение посредством контекстной рекламы.		
Проведение рестайлинга фирменного стиля для повышения узнаваемости имиджа компании.		
Разработка комплекса печатной рекламы для информирования целевой аудитории.		
Креативная концепция для создания рекламной кампании.		
Разработка корпоративного персонажа для использования в рекламной продукции.		
Разработка корпоративного персонажа для повышения узнаваемости.		
Разработка сценария и раскадровки рекламной медиапродукции.		
Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе)		30
Согласование и утверждение темы курсовой работы. Работа с литературой, составление плана работы.		
Определение цели и задач курсовой работы, работа над вводной частью.		

<p>Работа над теоретической частью. Проведение анализа, определение ключевых рекламных решений. Разработка эскизов графической части курсовой работы. Разработка рекламной продукции. Описание практических разработок и проведение предварительной оценки эффективности. Работа над заключительной частью. Подготовка к защите курсовой работы. Защита курсовой работы.</p>	
<p>Самостоятельная учебная работа обучающегося над курсовой работой</p> <p>Планирование выполнения курсовой работы. Определение цели и задач работы. Подбор и изучение литературных источников. Проведение предпроектного исследования. Определение ключевых рекламных решений. Разработка рекламной продукции. Предварительная оценка эффективности. Вычитка текста, работа над ошибками. Создание презентации. Подготовка речи для защиты курсовой работы.</p>	<i>11</i>
Консультации	6
Промежуточная аттестация: экзамен	12
<p>Учебная практика МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений</p> <p>Виды работ Проведение ситуационного анализа Поиск инсайта и ключевых рекламных решений Разработка рекламной продукции</p>	18/18
<p>Производственная практика (по профилю специальности) МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений</p> <p>Виды работ Получение задания, составление брифа, утверждение у заказчика Поиск инсайта и ключевых рекламных решений Разработка рекламной продукции Сдача проекта заказчику</p>	18/18
<p>Учебная практика раздела 1 МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки</p> <p>Виды работ Использование типографики в графическом дизайне. Создание информационного плаката. Техника масло, карандаш, акварель в компьютерной графике. Создание рекламных продуктов с цифровой живописью.</p>	<i>18/18</i>
<p>Учебная практика раздела 2 МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки</p> <p>Виды работ</p>	36/36

<p>Визуальная коммуникация с использованием рекламной фотографии. Определение задач учебной практики. Техника безопасности. Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии. Составление рекламного брифа по задачам фотосъёмки. Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии. Проведение фотосъёмки. Промежуточный анализ отснятого материала. Обработка фотографий в графическом редакторе с использованием простых приемов создания и обработки изображения.</p>	
<p>Учебная практика раздела № 3 МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки Виды работ Формирование положительного имиджа бренда или персоны. Определение задач учебной практики. Техника безопасности. Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии; Составление или импортирование рекламного брифа по задачам фотосъёмки. Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии. Жанр и стиль. Определение жанра и стиля рекламной фотосессии. Персонажи, фотомодели. Объект и субъект. Натура, фотостудия. Тестовые съёмки природы для рекламной фотосессии. Подготовка фотостудии для рекламной фотосессии (реквизит, аксессуары, набор осветительного оборудования и источников света). Организация и проведение фотосъёмки. Компьютерная обработка фотографий с использованием простых приемов создания и обработки изображения. Защита проекта.</p>	<p>36/36</p>
<p>Производственная практика (по профилю специальности) раздела 1 МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки Виды работ Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж. Создания шрифтовых композиций. Спецэффекты</p>	<p>18/18</p>
<p>Производственная практика (по профилю специальности) раздела 2 МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки Виды работ Разработка и создание дизайна рекламной продукции: выбор художественной формы реализации рекламной идеи; создание визуального образа с рекламными функциями; художественное конструирование рекламных продуктов по заданию.</p>	<p>18/18</p>
<p>Производственная практика (по профилю специальности) раздела 3 МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки Виды работ Характеристика предприятия, организационная структура предприятия.</p>	<p>18/18</p>

<p>Основные виды деятельности, ассортимент продукции, структура управления, должностные обязанности специалистов организации.</p> <p>Место фотографии в цепочке рекламной продукции.</p> <p>Анализ рекламной деятельности предприятия.</p> <p>Организация и подготовка выпуска, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.</p>
<p>Технология организации и проведения фотосопровождения.</p> <p><u>Финишные визуальные работы.</u></p>
<p>Промежуточная аттестация: экзамен по модулю</p>
<p>Всего</p>

12
540/180

2.4. Тематический план профессионального модуля (заочная форма обучения)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
1	2	3
МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений		162
Раздел 1. Система корпоративной идентичности в рекламной деятельности		
Тема 1.1. Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы	Содержание учебного материала	2
	Понятие системы корпоративной идентичности, фирменного стиля, бренд айдентики. Бренд-айдентика и корпоративная айдентика. Брендбук, гайдлайн, логобук.	
	Основные функции системы корпоративной идентичности. Влияние системы корпоративной идентичности на эффективность рекламной коммуникации.	
	Основные элементы системы корпоративной идентичности. Методика разработки шрифтового логотипа. Виды визуальных знаков. Методика разработки графического знака.	
	Причины и способы изменения корпоративной айдентики. Редизайн, рестайлинг, ребрендинг.	
Носители корпоративной идентичности: деловая документация, корпоративная одежда и транспорт, сувенирная продукция.		
	Практических занятий и лабораторных работ	
	Практическое занятие 1. Разработка шрифтового логотипа и графического фирменного знака	4
	Практическое занятие 2. Формирование системы корпоративной идентичности	4
	Практическое занятие 3. Разработка комплекса носителей корпоративного стиля	4
Раздел 2. Рекламное проектирование		
Тема 2.1. Рекламное проектирование	Содержание учебного материала	4
	Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual.	

	Рекламный текст и копирайтинг. Прием литературного тропа в создании креативной рекламы. Виды тропов.	
	Работа с заказчиком. Заполнение и утверждение брифа. Бриф, дебриф, креативный бриф.	
	Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual.	
	Практических занятий и лабораторных работ	
	Практическое занятие 4. Проведение анализа, формирование ключевого рекламного решения.	2
	Практическое занятие 5. Создание инсайта, разработка рекламного текста	4
	Практическое занятие 6. Создание ключевого визуального образа (Key visual). Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения нового товара на рынок	4
Тема 2.2. Проектирование печатной рекламы	Содержание учебного материала	2
	Проектирование печатной рекламы. Виды печатной рекламы. Технологии печатной рекламы.	
	Проектирование ВТБ-рекламы. Виды POSM.	
	Виды рекламы для сопровождения экспозиционной деятельности	
	Практических занятий и лабораторных работ	
	Практическое занятие 7. Разработка комплекса POSM	4
Тема 2.3. Проектирование рекламы в онлайн среде	Содержание учебного материала	2
	Основные виды рекламных носителей в онлайн-среде. Типы и структура сайтов.	
	Контекстная и таргетированная реклама. Виды интернет-баннеров.	
	Практических занятий и лабораторных работ	
	Практическое занятие 8. Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения в онлайн среде	4
Раздел 3. Проектирование рекламного комплекса		
Тема 3.1. Проектирование наружной рекламы	Содержание учебного материала	
	Виды наружной рекламы, конструктивные особенности, технологии создания.	
	Практических занятий и лабораторных работ	
	Практическое занятие 9. Разработка комплекса и серии креативной наружной рекламы	4
Тема 3.2. Проектирование транзитной рекламы	Содержание учебного материала	
	Виды транзитной рекламы	
	Практических занятий и лабораторных работ	
	Практическое занятие 10. Разработка комплекса транзитной рекламы	4
Самостоятельная работа		
	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.	101
Консультации		1
Промежуточная аттестация: экзамен		12
МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки		186
Радел 1. Основы компьютерной графики		
	Содержание учебного материала	4

Тема 1.1. Основы векторной графики. Программа Adobe Illustrator	Основные настройки и инструменты, навыки работы с объектами, работа с цветом, способы окрашивания объектов.	
	Операции над объектами (трансформация, порядок, выравнивание, геометрические операции над объектами).	
	Создание и редактирования контуров. Техника рисунка в кривых и работа с текстом	
	Создание текстурных векторных кистей	
	Практических занятий и лабораторных работ	
	Практическое занятие №1. Рисунок из геометрических объектов. Создание логотипа	2
	Практическое занятие №2. Работы с кривыми. Создание патера; Кисти. Создание текстурных векторных кистей	2
	Практическое занятие №3. Векторный компьютерный рисунок с использованием кривых	2
Тема 1.2. Основы растровой графики. Программа Photoshop	Практическое занятие 4. Создание рекламного плаката	2
	Практическое занятие №5. Работа с текстом. Разработка дизайна интернет-рассылок.	2
	Содержание учебного материала	4
	Интерфейс программы Photoshop. Основные инструменты. Способы выделения.	
	Понятия слоя. Работа со слоями, многослойные изображения.	
	Работа с текстом и эффекты в растровой среде.	
	Техника ретуширования. Цветовая тоновая коррекции изображения	
	Практических занятий и лабораторных работ	
	Практическое занятие №6. Создание композиции с использованием готовых выделенных объектов	2
	Практическое занятие №7. Создание многослойной монтажной композиции в растровой графике	2
	Практическое занятие №8. Компьютерная обработка растрового изображения: стилизация фотографии «под вектор»	2
Практическое занятие №9. Обработка фотографий в программе растровой графики	2	
Практическое занятие №10. Размещение объектов с учётом перспективы	2	
Практическое занятие №11. Создание рекламной листовки в программе Photoshop	2	
Самостоятельная работа при изучении раздела 1		10
Работа с конспектами, учебной и специальной литературой (по параграфам, главам учебных пособий, указанным преподавателем). - Импорт и экспорт изображений, работа с растровыми изображениями. - Специальные эффекты в векторной среде. - Цветовая-тоновая коррекция фотографий. - Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж.		
Раздел 2. Выбор основных изобразительных средств рекламной фотографии.		
Тема 2.1. Использование студийного оборудования, технология фототравирования.	Содержание учебного материала	2
	Особенности технологии прикладного использования студийного оборудования.	
	Практических занятий и лабораторных работ	
	Практическое занятие №1. Схемы установки студийного освещения для решения основных задач рекламной фотосессии.	2
Практическое занятие №2. Использование насадок и фильтров на приборы студийного освещения, для создания специфического светового рисунка на рекламируемом объекте.	2	
	Содержание учебного материала	2

Тема 2.2. Работа над имиджевой фотографией, фотосессия предметов потребления.	Фотографирование визуальных рекламных композиций. Фотосессия предметов потребления. Фотосессия визуальных композиций. Фотосессия имиджевого предмета. Креативная компоновка различных предметов в композицию для рекламного проекта.	
	Практических занятий и лабораторных работ	
	Практическое занятие №3. Компоновка и финишное решение для рекламной композиции натюрморта предметов потребления. Подбор визуального ряда и текстового материала по заданной теме в фотосессии визуальной композиции.	2
	Практическое занятие №4. Фотосессия имиджевого предмета. Подбор вариантов креативного решения освещения для выявления визуального акцента. Фотографирование визуального проекта имиджевой фотосессии.	2
Самостоятельная работа при изучении раздела 2		10
Пробная фотосессия предметов.		
Приобретение знаний композиции в составлении натюрморта. Фотографирование натюрморта со студийным светом.		
Подбор оптики по свойствам, параметрам и творческим задачам.		
Приобретение знаний об оптической системе фотокамеры. Работа с объективами различных оптических систем.		
Раздел 3. Использование технологии создания рекламных фотокомпозиций		
Тема 3.1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции	Содержание учебного материала	2
	Осуществление поиск рекламных идей.	
	Художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы в жанрах.	
	Практических занятий и лабораторных работ	
	Практическое занятие №5. Разработка авторского рекламного проекта.	2
Практическое занятие №6. Создание визуальных образов с рекламными функциями.	2	
Тема 3.2. Производство рекламной продукции	Содержание учебного материала	2
	Выбор и использование инструментов, оборудования, материалов и изобразительных средств	
	Практическое использование изобразительных средств оптики, фактуры, световых схем для создания имиджа рекламного продукта.	
	Практических занятий и лабораторных работ	
	Практическое занятие №7. Создание модели, макета, сценария визуального решения объекта	2
Практическое занятие №8. Исполнение рекламного решения имиджа в визуальном образе.	2	
Самостоятельная работа при изучении раздела 3		10
Комплексное фото сопровождение бренда, продукции, каталогизирование визуальных образов.		
Создание конечного визуального продукта рекламной фотосессии.		
Разработка имиджевого решения визуального ряда рекламируемого объекта.		
Раздел 4. Техника и технология рекламного видео		
Тема 4.1. Способы формирования идеи. Запись идеи для дальнейшего видео производства.	Содержание учебного материала	2
	Логлайн. Синописис.	
	Сценарий. Раскадровка.	
	Трехактная структура повествования	
	Практических занятий и лабораторных работ	
Практическое занятие №1. Написание своих логанов к реальным фильмам, написание логанов к своему воображаемому рекламному ролику.	2	

	Практическое занятие №2. Написание своего сценария по логлайну к своему рекламному ролику.	2
	Практическое занятие №3. Создание раскадровки по своему сценарию рекламному ролику.	2
Тема 4.2. Тритмент. Референсы	Содержание учебного материала	2
	Тритмент. Структура. Наполнение.	
	Референсы.	
	Практических занятий и лабораторных работ	
	Практическое занятие №4. Написать триметр опираясь на свой логин и сценарий.	2
	Практическое занятие №5. Научится пользоваться ресурсами для поисков референсов	2
	Практическое занятие №6. Собрать референсы для своего ролика поместить в Тритмент.	2
Тема 4.3. Создание рекламного видеоролика по-своему тритменту.	Содержание учебного материала	2
	Основные принципы композиции кадра.	
	10 принципов монтажа.	
	Практических занятий и лабораторных работ	
	Практическое занятие №7. Снять рекламный ролик Опираясь на свой тритмент	4
	Практическое занятие №8. Смонтировать рекламный ролик согласно раскадровки	4
Курсовой проект (работа)		
Тематика курсовых работ:		
<p>Совершенствование рекламной коммуникации посредством редизайна сайта и адаптации для мобильных устройств.</p> <p>Совершенствование рекламной коммуникации в соцсетях.</p> <p>Совершенствование рекламной коммуникации посредством проведения мероприятий (Event-мероприятия, btl акции, выставки и т.д.).</p> <p>Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки фирменного стиля.</p> <p>Совершенствование рекламной коммуникации посредством рестайлинга фирменного стиля.</p> <p>Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки сайта.</p> <p>Совершенствование рекламной коммуникации посредством продвижения в онлайн среде.</p> <p>Совершенствование рекламной коммуникации посредством создания контента.</p> <p>Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки рекламной продукции.</p> <p>Совершенствование рекламной коммуникации посредством смм продвижения.</p> <p>Разработка фирменного стиля и формирование имиджа компании.</p> <p>Разработка рекламного комплекса для торговой марки.</p> <p>Разработка рекламного комплекса для предприятия.</p> <p>Разработка рекламного комплекса для увеличения лояльности целевой аудитории.</p> <p>Разработка рекламной кампании в соцсетях для узнаваемости и информирования целевой аудитории для предприятия.</p> <p>Разработка рекламной кампании в онлайн среде.</p> <p>Разработка и создание медиа контента и раздаточных материалов.</p> <p>Разработка материалов для совершенствования рекламной коммуникации.</p> <p>Проведение рестайлинга фирменного стиля и создание печатной продукции.</p> <p>Формирование (если на стартапе) рекламной коммуникации посредством создания фирменного стиля для предприятия.</p> <p>Формирование рекламной коммуникации в онлайн среде.</p> <p>Продвижение посредством таргетированной рекламы.</p> <p>Продвижение посредством контекстной рекламы.</p>		

<p>Проведение рестайлинга фирменного стиля для повышения узнаваемости имиджа компании. Разработка комплекса печатной рекламы для информирования целевой аудитории. Креативная концепция для создания рекламной кампании. Разработка корпоративного персонажа для использования в рекламной продукции. Разработка корпоративного персонажа для повышения узнаваемости. Разработка сценария и раскадровки рекламной медиапродукции.</p>	
<p>Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе) Согласование и утверждение темы курсовой работы. Работа с литературой, составление плана работы. Определение цели и задач курсовой работы, работа над вводной частью. Работа над теоретической частью. Проведение анализа, определение ключевых рекламных решений. Разработка эскизов графической части курсовой работы. Разработка рекламной продукции. Описание практических разработок и проведение предварительной оценки эффективности. Работа над заключительной частью. Подготовка к защите курсовой работы. Защита курсовой работы.</p>	30
<p>Самостоятельная учебная работа обучающегося над курсовой работой Планирование выполнения курсовой работы. Определение цели и задач работы. Подбор и изучение литературных источников. Проведение предпроектного исследования. Определение ключевых рекламных решений. Разработка рекламной продукции. Предварительная оценка эффективности. Вычитка текста, работа над ошибками. Создание презентации. Подготовка речи для защиты курсовой работы.</p>	32
Консультации	2
Промежуточная аттестация: экзамен	12
<p>Учебная практика МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений Виды работ Проведение ситуационного анализа Поиск инсайта и ключевых рекламных решений Разработка рекламной продукции</p>	18/18
<p>Производственная практика (по профилю специальности) МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений Виды работ Получение задания, составление брифа, утверждение у заказчика Поиск инсайта и ключевых рекламных решений Разработка рекламной продукции Сдача проекта заказчику</p>	18/18

<p>Учебная практика раздела 1 МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки</p> <p>Виды работ</p> <p>Использование типографики в графическом дизайне. Создание информационного плаката. Техника масло, карандаш, акварель в компьютерной графике. Создание рекламных продуктов с цифровой живописью.</p>	18/18
<p>Учебная практика раздела 2 МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки</p> <p>Виды работ</p> <p>Визуальная коммуникация с использованием рекламной фотографии. Определение задач учебной практики. Техника безопасности. Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии. Составление рекламного брифа по задачам фотосъёмки. Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии. Проведение фотосъёмки. Промежуточный анализ отснятого материала. Обработка фотографий в графическом редакторе с использованием простых приемов создания и обработки изображения.</p>	36/36
<p>Учебная практика раздела № 3 МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки</p> <p>Виды работ</p> <p>Формирование положительного имиджа бренда или персоны. Определение задач учебной практики. Техника безопасности. Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии; Составление или импортирование рекламного брифа по задачам фотосъёмки. Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии. Жанр и стиль. Определение жанра и стиля рекламной фотосессии. Персонажи, фотомодели. Объект и субъект. Натура, фотостудия. Тестовые съёмки природы для рекламной фотосессии. Подготовка фотостудии для рекламной фотосессии (реквизит, аксессуары, набор осветительного оборудования и источников света). Организация и проведение фотосъёмки. Компьютерная обработка фотографий с использованием простых приемов создания и обработки изображения. Защита проекта.</p>	36/36
<p>Производственная практика (по профилю специальности) раздела 1 МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки</p> <p>Виды работ</p> <p>Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж. Создания шрифтовых композиций. Спецэффекты</p>	18/18
<p>Производственная практика (по профилю специальности) раздела 2 МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки</p> <p>Виды работ</p>	18/18

<p>Разработка и создание дизайна рекламной продукции: выбор художественной формы реализации рекламной идеи; создание визуального образа с рекламными функциями; художественное конструирование рекламных продуктов по заданию.</p>	
<p>Производственная практика (по профилю специальности) раздела 3 МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки Виды работ Характеристика предприятия, организационная структура предприятия. Основные виды деятельности, ассортимент продукции, структура управления, должностные обязанности специалистов организации. Место фотографии в цепочке рекламной продукции. Анализ рекламной деятельности предприятия. Организация и подготовка выпуска, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. Технология организации и проведения фотосопровождения. Финишные визуальные работы.</p>	18/18
<p>Промежуточная аттестация: экзамен по модулю</p>	12
<p>Всего</p>	540/180

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет дизайнера и макетирования рекламной продукции
Учебная аудитория
- посадочные места по количеству обучающихся
- рабочее место преподавателя
- доска классная
- класс ПК, объединённых в локальную сеть, с выходом на эл. портал
- проектор
- комплект приборов и оборудования для определения механических и физических свойств строительных материалов
- комплект инструмента и приборов для измерения линейных размеров и формы строительных материалов
- набор образцов основных строительных материалов
- демонстрационные наглядные пособия
Программное обеспечение:
1С: Предприятие 8
Kaspersky Endpoint Security
Microsoft Office
Microsoft Visio
Microsoft Visual Studio
Microsoft Windows
Консультант+
Adobe Acrobat
Adobe Illustrator
Adobe InDesign
Adobe Photoshop
Adobe Premiere Pro
LIRA-SAPR
Лаборатория цифровых коммуникационных технологий
Учебная аудитория
- посадочные места по количеству обучающихся
- рабочее место преподавателя
- доска классная
- класс ПК, объединённых в локальную сеть, с выходом на эл. портал
- проектор
- демонстрационные наглядные пособия
Программное обеспечение:
1С: Предприятие 8
Kaspersky Endpoint Security
Microsoft Office
Microsoft Visio
Microsoft Visual Studio
Microsoft Windows
Консультант+
Adobe Acrobat
Adobe Illustrator
Adobe InDesign
Adobe Photoshop
Adobe Premiere Pro
LIRA-SAPR
AvtoCAD
Лаборатория компьютерной графики
Учебная аудитория
- посадочные места по количеству обучающихся
- рабочее место преподавателя
- доска классная
- класс ПК, объединённых в локальную сеть, с выходом на эл. портал
- проектор
- комплект приборов и оборудования для определения механических и физических свойств строительных материалов
- комплект инструмента и приборов для измерения линейных размеров и формы строительных материалов

- набор образцов основных строительных материалов
- демонстрационные наглядные пособия

Программное обеспечение:

1С: Предприятие 8

Kaspersky Endpoint Security

Microsoft Office

Microsoft Visio

Microsoft Visual Studio

Microsoft Windows

Консультант+

Adobe Acrobat

Adobe Illustrator

Adobe InDesign

Adobe Photoshop

Adobe Premiere Pro

LIRA-SAPR

Лаборатория видеостудия

Учебная аудитория

- комплекты учебной мебели
- демонстрационное оборудование - проектор и компьютер
- учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации
- видеооборудование
- осветительное оборудование
- аудио записывающее оборудование
- аудиосистема

Программное обеспечение:

1С: Предприятие 8

Kaspersky Endpoint Security

Microsoft Office

Microsoft Visio

Microsoft Visual Studio

Microsoft Windows

Консультант+

Adobe Acrobat

Adobe Illustrator

Adobe InDesign

Adobe Photoshop

Adobe Premiere Pro

Лаборатория фотостудия

Учебная аудитория

- комплекты учебной мебели
- демонстрационное оборудование - проектор и компьютер
- учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации
- фотооборудование
- осветительное оборудование

Программное обеспечение:

1С: Предприятие 8

Kaspersky Endpoint Security

Microsoft Office

Microsoft Visio

Microsoft Visual Studio

Microsoft Windows

Консультант+

Adobe Acrobat

Adobe Illustrator

Adobe InDesign

Adobe Photoshop

Adobe Premiere Pro

Кабинет для самостоятельной и воспитательной работы

Аудитория

- посадочные места по количеству обучающихся
- компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду

Программное обеспечение:

<p>1С: Предприятие 8 Kaspersky Endpoint Security Microsoft Office Microsoft Visio Microsoft Visual Studio Microsoft Windows <u>Консультант+</u></p> <hr/> <p>Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет Аудитория - посадочные места по количеству обучающихся - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему Программное обеспечение: 1С: Предприятие 8 Kaspersky Endpoint Security Microsoft Office Microsoft Visio Microsoft Visual Studio Microsoft Windows Система «Антиплагиат. Вуз» <u>Консультант+</u></p> <hr/> <p>Актовый зал Аудитория - специализированные кресла для актовых залов - сцена - трибуна - мультимедиапроектор - компьютер - технические средства, служащие для представления информации большой аудитории - видео увеличитель (проектор) - демонстрационное оборудование и аудиосистема - микрофоны Программное обеспечение: 1С: Предприятие 8 Kaspersky Endpoint Security Microsoft Office Microsoft Visio Microsoft Visual Studio Microsoft Windows</p>

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	
Разработка творческих рекламных решений	Основная литература
	Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2019. — 271 с. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО ПРОФобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/87990
	Попов, А. Д. Графический дизайн : учебное пособие / А. Д. Попов. — 3-е изд. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2020. — 157 с. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО ПРОФобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/110204
	Лаптев, В. В. Дизайн-проектирование. Графический дизайн и реклама : учебное пособие / В. В. Лаптев. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020.

	<p>— 73 с. — ISBN 978-5-7937-1814-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/118366.html</p> <p>Дополнительная литература</p> <p>Ананьева, Н. В. Рекламная деятельность : учебное пособие / Н. В. Ананьева, Ю. Ю. Сулова. — Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2019. — 198 с. — ISBN 978-5-7638-3733-9. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/84112</p> <p>Заможных, Е. А. Рекламные технологии : учебное пособие (курс лекций) / Е. А. Заможных, П. И. Срыбная. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 118 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/92742</p> <p>Васильева, Е. А. Как сделать рекламу эффективной? 25 беспроигрышных идей : практическое пособие / Е. А. Васильева. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 156 с. — ISBN 978-5-394-03192-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/83127.html</p>
<p>Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки</p>	<p>Основная литература</p> <p>Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2019. — 271 с. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/87990</p> <p>Лаптев, В. В. Дизайн-проектирование. Графический дизайн и реклама : учебное пособие / В. В. Лаптев. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 73 с. — ISBN 978-5-7937-1814-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/118366.html</p> <p>Васильева, Е. А. Как сделать рекламу эффективной? 25 беспроигрышных идей : практическое пособие / Е. А. Васильева. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 156 с. — ISBN 978-5-394-03192-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/83127.html</p> <p>Дополнительная литература</p> <p>Асташова, О. В. Основы теории рекламного текста : конспект лекций / О. В. Асташова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 92 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.run02944.html</p> <p>Терёшина, Н. В. Эффективность рекламной и PR деятельности : учебное пособие / Н. В. Терёшина. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. — 62 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/122163.html</p> <p>Основная литература</p> <p>Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2019. — 271 с. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/87990</p> <p>Лаптев, В. В. Дизайн-проектирование. Графический дизайн и реклама : учебное пособие / В. В. Лаптев. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 73 с. — ISBN 978-5-7937-1814-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/118366.html</p> <p>Основы проектной и компьютерной графики : учебное пособие для СПО / составители С. Б. Тонковид. — 2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2020. — 197 с. — ISBN 978-5-88247-952-6, 978-5-4488-0761-9. — Текст : электронный //</p>

	<p>Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РИООбразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/92835</p> <p>Дополнительная литература</p> <p>Бердышев, С. Н. Эффективная наружная реклама (2-е издание) : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 132 с. — ISBN 978-5-394-01542-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/57030.html</p> <p>Технологии создания и публикации цифровой мультимедийной информации : практикум для СПО / Л. Н. Титова, Е. П. Жилко, Э. И. Дямина, Р. Р. Рамазанова. — Саратов : Профобразование, 2024. — 78 с. — ISBN 978-5-4488-1484-6 — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РИООбразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/132581</p> <p>Катунин, Г. П. Технологии создания и обработки цифровой мультимедийной информации : учебник для СПО / Г. П. Катунин. — Саратов : Профобразование, 2021. — 793 с. — ISBN 978-5-4488-1308-5. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РИООбразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/108831</p>
Учебная практика	<p>Основная литература</p> <p>Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2019. — 271 с. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РИООбразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/87990</p> <p>Попов, А. Д. Графический дизайн : учебное пособие / А. Д. Попов. — 3-е изд. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2020. — 157 с. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РИООбразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/110204</p> <p>Лаптев, В. В. Дизайн-проектирование. Графический дизайн и реклама : учебное пособие / В. В. Лаптев. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 73 с. — ISBN 978-5-7937-1814-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/118366.html</p> <p>Основы проектной и компьютерной графики : учебное пособие для СПО / составители С. Б. Тонковид. — 2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2020. — 197 с. — ISBN 978-5-88247-952-6, 978-5-4488-0761-9. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РИООбразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/92835</p> <p>Дополнительная литература</p> <p>Асташова, О. В. Основы теории рекламного текста : конспект лекций / О. В. Асташова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 92 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102944.html</p> <p>Терёшина, Н. В. Эффективность рекламной и РИ деятельности : учебное пособие / Н. В. Терёшина. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. — 62 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/122163.html</p> <p>Бердышев, С. Н. Эффективная наружная реклама (2-е издание) : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 132 с. — ISBN 978-5-394-01542-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/57030.html</p> <p>Технологии создания и публикации цифровой мультимедийной информации : практикум для СПО / Л. Н. Титова, Е. П. Жилко, Э. И. Дямина, Р. Р. Рамазанова. — Саратов : Профобразование, 2024. — 78 с. — ISBN 978-5-</p>

	4488-1484-6 — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/132581
	Катунин, Г. П. Технологии создания и обработки цифровой мультимедийной информации : учебник для СПО / Г. П. Катунин. — Саратов : Профобразование, 2021. — 793 с. — ISBN 978-5-4488-1308-5. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/108831
Производственная практика (по профилю специальности)	Основная литература
	Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2019. — 271 с. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/87990
	Лаптев, В. В. Дизайн-проектирование. Графический дизайн и реклама : учебное пособие / В. В. Лаптев. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 73 с. — ISBN 978-5-7937-1814-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/118366.html
	Васильева, Е. А. Как сделать рекламу эффективной? 25 беспроигрышных идей : практическое пособие / Е. А. Васильева. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 156 с. — ISBN 978-5-394-03192-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/83127.html
	Дополнительная литература
	Бердышев, С. Н. Эффективная наружная реклама (2-е издание) : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 132 с. — ISBN 978-5-394-01542-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/57030.html
	Технологии создания и публикации цифровой мультимедийной информации : практикум для СПО / Л. Н. Титова, Е. П. Жилко, Э. И. Дямина, Р. Р. Рамазанова. — Саратов : Профобразование, 2024. — 78 с. — ISBN 978-5-4488-1484-6 — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/132581
	Катунин, Г. П. Технологии создания и обработки цифровой мультимедийной информации : учебник для СПО / Г. П. Катунин. — Саратов : Профобразование, 2021. — 793 с. — ISBN 978-5-4488-1308-5. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/108831

Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/15>
4. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>
5. Сайт о рекламном рынке adindex.ru;
6. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru;
7. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru
8. Рекламный сайт «Advertising.ru»: <http://www.advertising.ru>
9. Сайт «Advertology.ru»: www.advertology.ru/
10. Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.cprrd.ru/>.
11. Fototips.ru — советы по оборудованию, съёмке, обработке.
12. Просты фокусы — ежедневные статьи по самым разнообразным темам для фотографов.
13. Photo-Monster — советы по фотосъёмке от профессионалов.
14. Основы фотографии от онлайн-фотошколы.
15. Раздел «Культпросвет» на сайте Photograher.ru — статьи по теории и практике, а также вдохновляющие интервью.
16. Раздел уроков по категориям на сайте Russian Photo.
17. Уроки фотографии, обработка фото, ретушь фотографий на сайте журнала «Фотоиндустрия».
18. Вдохновляющие советы на сайте Photomotion.ru.

19. Уроки от [Prophotos](#).
20. Советы от [Digital Camera World](#).
21. [MorgueFile Classroom](#) — 10 уроков по фотографии от фриланс-фотографа Джоди Костона (Jodie Coston).
22. [Photonet learning](#) — раздел с уроками по категориям одного из самых масштабных фоторесурсов на английском языке.
23. [Photomanual](#) — доступно о фотографии.
24. [BAMP](#) — уроки по мобильной фотографии
25. [Библиотека книг по фотографии](#).

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> - выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа. 	<p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта Зачет Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития 	<p>Устные выступления с презентацией Защита проектов Зачет Экспертное наблюдение выполнения практических работ Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 03	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - осознанное планирование повышения квалификации 	<p>Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, - экзамена по модулю.

		Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей; - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе 	<p>Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий;</p> <p>Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий.</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> - использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельного выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста. 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;</p> <p>Экспертное наблюдение за выполнением работ.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 06	<ul style="list-style-type: none"> - грамотно излагать свои мысли; - оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; - проявлять толерантность в рабочем коллективе. 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;</p> <p>Экспертное наблюдение за выполнением работ.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> - эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области. 	<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ;</p> <p>Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации;</p> <p>Кейс-метод;</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 4.1	<ul style="list-style-type: none"> - использование дизайнерских эскизов при создании основных печатных документов, определяющих 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы.</p>

	фирменный стиль	<p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 4.2	<ul style="list-style-type: none"> - художественно редактировать растровые изображения, создавать рекламный плакат, в основе которого лежит фотомонтаж; - креативность, выразительность рекламной идеи, знание технологий изготовления рекламных носителей и широкоформатной печати, грамотное и качественное выполнение дизайн-проекта; - оригинальность рекламной идеи; - использование программ компьютерной графики. 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 4.3	<ul style="list-style-type: none"> - обоснованность выбора проектных технологий и инструментов; - уровень выполнения рекламных проектов на основе критериев: - актуальность; степень достижения - поставленной цели; - креативность; - изобразительная ценность; - обоснованность выводов и предложений; - характер (авторский или компилятивный); - использование смежных технологий и материалов; - эффективность. 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>

