**ПРИЛОЖЕНИЕ 1**

**к ПОП по специальности**

**42.02.01 Реклама**

**ПРИМЕРНЫЕ РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МОДУЛЕЙ**

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

[«ПМ.01 ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА 3](#_Toc156819736)

[« ПМ.02 РАЗРАБОТКА И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО И ТАКТИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ И КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ, АКЦИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ» 23](#_Toc156819738)

[« ПМ.03 ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ» 43](#_Toc156819740)

**«ПМ.04 СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ СООБЩЕНИЙ, ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И ТВОРЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ» ………………………………………………58**

**2025 г.**

**Приложение 1.1**

**к ПОП по специальности**

**42.02.01 Реклама**

**Примерная рабочая программа профессионального модуля**

# «ПМ.01 ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

**2025г.**

**СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ**

[1. Общая характеристика](#_Toc156820309)

[1.1. Цель и место профессионального модуля «ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» в структуре образовательной программы](#_Toc156820310)

[1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля](#_Toc156820311)

[2. Структура и содержание профессионального модуля](#_Toc156820312)

[2.1. Трудоемкость освоения модуля](#_Toc156820313)

[2.2. Структура профессионального модуля](#_Toc156820314)

[2.3. Примерное содержание профессионального модуля](#_Toc156820315)

[2.4. Курсовой проект (работа) (для специальностей СПО, если предусмотрено)](#_Toc156820316)

[3. Условия реализации профессионального модуля](#_Toc156820317)

[3.1. Материально-техническое обеспечение](#_Toc156820318)

[3.2. Учебно-методическое обеспечение](#_Toc156820319)

[4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля](#_Toc156820320)

1. Общая характеристика ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта»

код и наименование модуля

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение вида деятельности «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта».

Профессиональный модуль включен в обязательную часть образовательной программы

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленными в матрице компетенций выпускника (п. 4.3 ПОП).

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен[[1]](#footnote-1):

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Код ОК** | **Формулировка компетенции** | **Умения, Знания** | |
| ОК 01 | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам | **Умения:** | |
| 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 | |
| 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 | |
| реализовывать составленный план | |
| оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) | |
| **Знания:** | |
| 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 | |
| ОК 02 | Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности | **Умения:** | |
| 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 | |
| **Знания:** | |
| 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 | |
| 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 | **Умения:** | |
| 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 | |
| рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования | |
| определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности | |
| презентовать бизнес-идею | |
| определять источники финансирования | |
| **Знания:** | |
| 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 | |
| кредитные банковские продукты | |
| ОК 04 | Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде | **Умения:** | |
| организовывать работу коллектива и команды | |
| взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности | |
| **Знания:** | |
| психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности | |
| основы проектной деятельности | |
| ОК 05 | Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста | **Умения:** | |
| грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе | |
| **Знания:** | |
| особенности социального и культурного контекста; | |
| правила оформления документов и построения устных сообщений | |
| ОК 07 | Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях | **Умения:** | |
| 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 | |
| **Знания:** | |
| 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 | |
| ОК 09 | Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках | **Умения:** | |
| 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 | |
| **Знания:** | |
| 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 | |
| **Код ПК** | **Уметь** | **Знать** | **Владеть навыками** |
| ПК 1.1. | Умения:  - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;  - 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;  - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании. | - способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;  - аудиторию различных средств рекламы;  - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;  - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования. | - выявления основных и второстепенных конкурентов;  - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды. |
| ПК 1.2. | **-** производить качественные аналитические исследования рынка. | - методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития. | - проведения анализа рынка;  - проведения качественных аналитических исследований рынка;  - применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования. |
| ПК 1.3. | - производить качественные аналитические исследования конкурентной среды;  - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи. | - отраслевую терминологию;  - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования;  - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним;  - основ маркетинга. | - выявления основных и второстепенных конкурентов;  - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды. |
| ПК 1.4. | **-**преобразовывать требования заказчика в бриф | - 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 | - определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий  -Планирования системы маркетинговых коммуникаций  - Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций |

2. Структура и содержание профессионального модуля

2.1. Трудоемкость освоения модуля

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование составных частей модуля** | **Объем в часах** | **В т.ч. в форме практ. подготовки** |
| Учебные занятия | 150 | 110 |
| Курсовая работа (проект) | 20 | 20 |
| Самостоятельная работа | - | - |
| Практика, в т.ч.: | 72 | 72 |
| учебная | *36* | *36* |
| производственная | *36* | *36* |
| Промежуточная аттестация | 18 | **-** |
| Всего | **240** | **182** |

2.2. Структура профессионального модуля

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Код ОК, ПК | Наименования разделов профессионального модуля | Всего, час. | В т.ч. в форме практической подготовки | Обучение по МДК, в т.ч.: | Учебные занятия | Курсовая работа (проект) | Самостоятельная работа*[[2]](#footnote-2)* | Учебная практика | Производственная практика |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| ПК.1.1, ПК.1.2, ПК.1.3, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09 | Раздел 1. Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов | **80** | **60** | **80** | 80 | - | **-** |  |  |
| ПК.1.4, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09 | Раздел 2. Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий | **70** | **50** | **70** | **50** | 20 | **-** |  |  |
| ПК.1.1, ПК.1.2, ПК.1.3, ПК.1.4 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09 | Учебная практика | **36** | **36** |  |  | | | **36** |  |
| Производственная практика | **36** | **36** |  |  | | |  | **36** |
|  | Промежуточная аттестация | **18** |  |  |  | | |  |  |
|  | ***Всего:*** | ***240*** | **182** | ***150*** | ***130*** | ***20*** | ***-*** | **36** | **36** |

2.3. Примерное содержание профессионального модуля

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Примерное содержание учебного материала, практических и лабораторных занятия,** курсовой проект (работа) |
| **1** | **2** |
| **Раздел 1. Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов (80ч)** | |
| **МДК 01.01 Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов** | |
| **Тема 1.1. Сущность и значение анализа целевой аудитории** | **Содержание** |
| 1.Сущность и значение изучения целевой аудитории. Типы потребителей и модель потребительского поведения. |
| 2.Процесс анализа целевой аудитории. |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |
| Практическое занятие 1. Определение целевого рынка |
| Практическое занятие 2. Подбор инструмента для проведения анализа |
| Практическое занятие 3. Определение каналов коммуникации |
| Практическое занятие 4. Исследование потребительских предпочтений |
| Практическое занятие 5. Анализ факторов, влияющих на принятие решения о покупке для различных категорий потребителей. |
| Практическое занятие 6. Анализ факторов, влияющих на принятие решения о покупке в организации. |
| Практическое занятие 7. Сегментирование целевой аудитории |
| Практическое занятие 8. Определение портрета целевой аудитории |
| Практическое занятие 9. Работа с инструментами для анализа целевой аудитории |
| 10. Проведение целостного анализа целевой аудитории |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |
| **Тема 1.2. Комплексное изучение рынка** | **Содержание учебного материала** |
| 1. Роль анализа рынка для бизнеса. |
| 2. Виды и методы исследований рынка. |
| 3. Структура и показатели анализа рынка. |
| 4. Основные этапы проведения исследования рынка. |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** |
| Практическое занятие 11. Выбор целевого сегмента рынка. |
| Практическое занятие 12. Определение проблемы организации на рынке. |
| 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. |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |
| **Тема 1.3 Комплексное изучение конкурентов.** | **Содержание учебного материала** |
| 1. Роль анализа конкурентов для бизнеса. |
| 2. Этапы и структура исследования конкурентов. |
| 3. Методы исследования конкурентов. |
| 4. Обработка и преобразование результатов анализа конкурентов. |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** |
| Практическое занятие 21. Оценка общего уровня внутриотраслевой конкуренции. |
| 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. |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |
| **Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 1**   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. | |
| **Раздел 2. Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий (70)** | |
| **МДК 01.02 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий** | |
| **Тема 2.1. Сущность рекламных и коммуникационных кампаний** | **Содержание** |
| 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. |
| **В том числе 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. |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |
| **Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 2**   1. Выбор темы курсовой работы, формулировка актуальности исследования, определение цели, постановка задач. 2. Подбор источников и литературы, составление развернутого плана и утверждение содержания курсовой работы. 3. Теоретический анализ источников и литературы, определение понятийного аппарата, выборки, методов и методик для практического исследования. 4. Систематизация собранного фактического и цифрового материала путем сведения его в таблицы, диаграммы, графики и схемы. 5. Составление конспекта курсовой работы. 6. Написание введения курсовой работы, включающее раскрытие актуальности темы, степени ее разработанности, формулировку проблемы, взятую для анализа, а также задачи, которые ставит обучающийся перед собой в ходе написания работы. 7. Написание части курсовой работы, включающей в себя теоретический материал исследования. 8. Написание части курсовой работы, включающей в себя практический материал исследования, состоящий из таблиц, схем, рисунков и диаграмм. 9. Составление заключения курсовой работы, содержащее формулировку выводов и предложений по результатам теоретического и практического материала. 10. Определение практической значимости результатов исследований, подтверждение расчетов экономического эффекта или разработка рекомендаций по организации и методики проведения исследований.   Подбор и оформление приложений по теме курсовой работы. | |
| **Курсовой проект (работа)**  **Тематика курсовых проектов (работ)**   1. Основные этапы подготовки и проведения рекламной кампании. 2. Фактор и значение знаменитости в коммуникационном проекте. 3. Digital коммуникации как способ привлечения российской молодежной аудитории. 4. Бренды и звезды: рекламные кампании с участием знаменитостей. 5. Рекламная кампания кинофильмов: влияние использования юмористического контента на восприятие продукта российской молодежью. 6. Продвижение молодёжных брендов и услуг с помощью инструментов digital-маркетинга. 7. Формирование лояльности пользователей услуг мобильной связи на примере (МТС и Tele2). 8. Маркетинговые коммуникации в индустрии моды на примере российских шоу-румов. 9. Реклама в метро: проблемы и перспективы. 10. Особенности восприятия образов искусства в рекламных коммуникациях. 11. Влияние технологии Product Placement на зрительскую оценку фильма. 12. Эффективность привлечения интернет-блогеров российскими брендами в сфере моды. 13. Влияние бьюти-блогеров на продвижение косметического бренда. 14. Эффективность Product Placement в российском кинопрокате. 15. Коммуникационные технологии торговых центров для аудитории. 16. Особенности продвижения музея для разных возрастных групп посетителей (18-30; 31-45) на примере. 17. Коммуникационная стратегия продвижения спортивных брендов через музыкальное сопровождение на примере. 18. Технологии виртуальной и дополненной реальности в рекламе: эффективность при восприятии бренда целевой аудиторией. 19. Коммуникационные стратегии продвижения брендов в блогосфере. 20. Привлечение медийных личностей как способ продвижения бренда. 21. Продвижение бренда банков посредством мобильного приложения. 22. Социальные сети как инструмент продвижения мобильных приложений. 23. Стратегии продвижения мобильного приложения для сохранения и увеличения вовлечённости. 24. Коммуникационные онлайн-стратегии люксовых брендов в России. 25. Анализ эффективности product placement в кинематографе на примере среднего и премиум рынков одежды. 26. Оценка эффективности рекламных мероприятий. 27. Особенности проектирования рекламных кампаний в современных условиях. 28. Классификация рекламных кампаний. 29. Понятие комплексной рекламной кампании. 30. Оценка эффективности рекламных коммуникаций, постановка целей и задач. 31. Разработка и передача рекламного обращения. 32. Особенности наружной рекламы. 33. Разработка рекламной кампании товара. 34. Разработка рекламной кампании услуг. 35. Разработка рекламной кампании организации. 36. Разработка и реализация промоакции. 37. Разработка, проведение event мероприятия. | |
| **Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе)** *(если предусмотрено, указать тематику и(или) назначение, вид (форму) организации учебной деятельности)*   1. Составление плана работы. 2. Подбор методической и нормативной литературы. 3. Систематизация теоретических сведений. 4. Сбор и обработка фактических данных. 5. Работа над теоретическим разделом. 6. Анализ текущей ситуации предприятия. 7. Работа над практическим разделом. 8. Написание текста работы. 9. Подготовка к защите курсовой работы. 10. Защита курсовой работы. | |
| **Учебная практика по модулю**  **Виды работ**   * разработка брифа. * проведение первичного анализа рынка. | |
| **Производственная практика(по профилю специальности) итоговая по модулю**  **Виды работ**   * 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. | |
| **Промежуточная аттестация 18** | |
| **Всего 222** | |

2.4. Курсовая работа (проект)

1. Основные этапы подготовки и проведения рекламной кампании.
2. Фактор и значение знаменитости в коммуникационном проекте.
3. Digital коммуникации как способ привлечения российской молодежной аудитории.
4. Бренды и звезды: рекламные кампании с участием знаменитостей.
5. Рекламная кампания кинофильмов: влияние использования юмористического контента на восприятие продукта российской молодежью.
6. Продвижение молодёжных брендов и услуг с помощью инструментов digital-маркетинга.
7. Формирование лояльности пользователей услуг мобильной связи на примере (МТС и Tele2).
8. Маркетинговые коммуникации в индустрии моды на примере российских шоу-румов.
9. Реклама в метро: проблемы и перспективы.
10. Особенности восприятия образов искусства в рекламных коммуникациях.
11. Влияние технологии Product Placement на зрительскую оценку фильма.
12. Эффективность привлечения интернет-блогеров российскими брендами в сфере моды.
13. Влияние бьюти-блогеров на продвижение косметического бренда.
14. Эффективность Product Placement в российском кинопрокате.
15. Коммуникационные технологии торговых центров для аудитории.
16. Особенности продвижения музея для разных возрастных групп посетителей (18-30; 31-45) на примере.
17. Коммуникационная стратегия продвижения спортивных брендов через музыкальное сопровождение на примере.
18. Технологии виртуальной и дополненной реальности в рекламе: эффективность при восприятии бренда целевой аудиторией.
19. Коммуникационные стратегии продвижения брендов в блогосфере.
20. Привлечение медийных личностей как способ продвижения бренда.
21. Продвижение бренда банков посредством мобильного приложения.
22. Социальные сети как инструмент продвижения мобильных приложений.
23. Стратегии продвижения мобильного приложения для сохранения и увеличения вовлечённости.
24. Коммуникационные онлайн-стратегии люксовых брендов в России.
25. Анализ эффективности product placement в кинематографе на примере среднего и премиум рынков одежды.
26. Оценка эффективности рекламных мероприятий.
27. Особенности проектирования рекламных кампаний в современных условиях.
28. Классификация рекламных кампаний.
29. Понятие комплексной рекламной кампании.
30. Оценка эффективности рекламных коммуникаций, постановка целей и задач.
31. Разработка и передача рекламного обращения.
32. Особенности наружной рекламы.
33. Разработка рекламной кампании товара.
34. Разработка рекламной кампании услуг.
35. Разработка рекламной кампании организации.
36. Разработка и реализация промоакции.
37. Разработка, проведение event мероприятия.

3. Условия реализации профессионального модуля

3.1. Материально-техническое обеспечение

КабинетОбщепрофессиональных дисциплин и МДК**,** оснащенный в соответствии с п. 6.1.2. образовательной программы по специальности.

Лаборатория «Информационных и коммуникационных технологий», оснащенная в соответствии с п. 6.1.2. образовательной программы по специальности.

Мастерские:«Веб-дизайн и разработка» и «Программные решения для бизнеса», оснащенные в соответствии с п. 6.1.2. образовательной программы по данной специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2. образовательной программы   
по специальности.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

**3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания**

1. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие для спо / Г. Н. Крайнов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 372 с. — ISBN 978-5-507-45867-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/288947
2. Жильцова, О. Н. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 307 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16625-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531393
3. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4561-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/507803
4. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 224 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9651-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513759
5. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511785
6. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 307 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16625-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. —
7. Лукина А.В. Маркетинг товаров и услуг : учеб.пособие/ А.В.Лукина. -М.: ФОРУМ, 2020. -240 с
8. Кнышова Е.Н. Маркетинг : учеб.пособие для средн.проф.образования/ Е.Н.Кнышова. -М.: ФОРУМ -ИНФРА-М, 2017. -282с.. -("Проф. образование")
9. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие для спо / Г. Н. Крайнов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург: Лань, 2023. — 372 с. — ISBN 978-5-507-45867-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/288947 (дата обращения: 03.08.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
10. Поведение потребителей: Учебное пособие / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов. - М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020 - 152 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-8199-0580-7. - Режим доступа: https://znanium.com/read?id=356130

**3.2.2. Дополнительные источники**

1. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах,рисунках,таблицах : Учеб.пособие/ П.С.Завьялов. -М.: ИНФРАЛукина А.В. Маркетинг/ А.В.Лукина. -5-е изд.,испр.и доп.. -М.: ФО-РУМ, 2008. -240с. -("Профессиональное образование")

2. Маркетинг: учебник,практикум и учебно-метод.комплекс по марке-тингу/ Р.Б.Ноздрева,Г.Д.Крылова и др.. -М.: Юристъ, 2002. -568с.

Маркетинг: Учебный компьютерный курс. -Второе издание. -Саратов: Диполь, 2007. -СД. -(Вузовская серия)

3. Маркетинг и управление брендом: Пер.с англ.. -М: Альпина Бизнес Букс, 2007. -174 с : ил. -(Серия "Дайджест McKinsey")

4. Наумов, В. Н. Поведение потребителей: учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 345 с. + Доп. Материалы — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1014653. - ISBN 978-5-16-015021-5.

5. Блюм М.А. Маркетинг рекламы : учеб.пособие для СПО/ М.А.Блюм, Б.И.Герасимов, Н.В.Молоткова. -М.: ФОРУМ, 2018. -144 с-М, 2008. -496с.. -("Высшее образование")

6. Федеральный закон «О рекламе» №38 ФЗ.- М.: ИНФРА-М, 2006.

7. Журнал "Практика Рекламы"

8. Журнал "Рекламные идеи"

9. Журнал "Мир этикетки"

10. Журнал "Лаборатория рекламы"

11. Журнал «Со-Общение»

12. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования»

13. Журнал “Маркетинг Менеджмент”

14. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»

15. Журнал о маркетинге «Маркетинг Pro»

4. Контроль и оценка результатов освоения   
профессионального модуля

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Код ПК, ОК** | **Критерии оценки результата  (показатели освоенности компетенций)** | **Формы контроля и методы оценки[[3]](#footnote-3)** |
| **ПК 1.1** | - 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. | Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ПК 1.2** | - полнота и точность анализа рынка;  - демонстрация знаний о характеристиках и составе рекламного рынка;  - обоснованность решений при определении метода проведения исследования рынка;  - демонстрация умений поиска и применения нормативных документов. | Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ПК1.3** | - способность осуществлять сбор, систематизацию, обработку, стратегический анализ и оценку конкурентной среды. | Экспертная оценка в осуществлении стратегических анализов и оценки конкурентной среды, мониторинг и прогнозирование экономических процессов на макро- и микроуровнях и интерпретирует полученные результаты;  Экспертная оценка в рамках текущего контроля:  - результатов работы на практических занятиях;  - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий;  - при выполнении и защите курсовой работы;  - при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ПК 1.4** | - 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. | Экспертная оценка в рамках текущего контроля:  - результатов работы на практических занятиях;  - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий;  - при выполнении и защите курсовой работы;  - при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ОК 01** | - выбор и применение способов решения профессиональных задач;  - оценка эффективности и качества выполнения задач;  - знание более одного способа решения профессиональной задачи;  - аргументация выбора  конкретного способа. | Экспертное наблюдение выполнения практических работ  Кейс-задачи  Защита проекта  Зачет  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ОК 02** | - 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. | Устные выступления с  Презентацией  Защита проектов  Зачет  Экспертное наблюдение выполнения практических работ.  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ОК 03** | - демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации | 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.  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ОК 04** | - 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. | Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий;  Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий  Зачет  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ОК 05** | - 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. | Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;  Экспертное наблюдение за выполнением работ.  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ОК 07** | - 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. | Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности;  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ОК 09** | - 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 | Экспертное наблюдение за выполнением работ;  Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации;  Кейс-метод;  Зачет  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |

**Приложение 1.2**

**к ПОП по специальности**

**42.02.01 Реклама**

**Примерная рабочая программа профессионального модуля**

# «ПМ.02 РАЗРАБОТКА И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО И ТАКТИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ И КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ, АКЦИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ»

**2025г.**

**СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ**

[1. Общая характеристика 4](#_Toc156820309)

[1.1. Цель и место профессионального модуля «ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» в структуре образовательной программы……………………………………..4](#_Toc156820310)

[1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля 4](#_Toc156820311)

[2. Структура и содержание профессионального модуля 4](#_Toc156820312)

[2.1. Трудоемкость освоения модуля 4](#_Toc156820313)

[2.2. Структура профессионального модуля 5](#_Toc156820314)

[2.3. Примерное содержание профессионального модуля 5](#_Toc156820315)

[2.4. Курсовой проект (работа) (для специальностей СПО, если предусмотрено) 6](#_Toc156820316)

[3. Условия реализации профессионального модуля 6](#_Toc156820317)

[3.1. Материально-техническое обеспечение 6](#_Toc156820318)

[3.2. Учебно-методическое обеспечение 7](#_Toc156820319)

[4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля 7](#_Toc156820320)

1. Общая характеристика ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«ПМ 02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»

код и наименование модуля

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение вида деятельности «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий».

Профессиональный модуль включен в обязательную часть образовательной программы

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленными в матрице компетенций выпускника (п. 4.3 ПОП).

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен[[4]](#footnote-4):

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Код ОК** | **Формулировка компетенции** | **Знания, умения** | |
| ОК 01 | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам | **Умения:** | |
| 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 | |
| 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 | |
| реализовывать составленный план | |
| оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) | |
| **Знания:** | |
| 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 | |
| ОК 02 | Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности | **Умения:** | |
| 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 | |
| **Знания:** | |
| 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 | |
| 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 | **Умения:** | |
| 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 | |
| рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования | |
| определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности | |
| презентовать бизнес-идею | |
| определять источники финансирования | |
| **Знания:** | |
| 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 | |
| кредитные банковские продукты | |
| ОК 04 | Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде | Умения: | |
| организовывать работу коллектива и команды | |
| взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности | |
| **Знания:** | |
| психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности | |
| основы проектной деятельности | |
| ОК 05 | Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста | **Умения:** | |
| грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе | |
| **Знания:** | |
| особенности социального и культурного контекста; | |
| правила оформления документов и построения устных сообщений | |
| ОК 07 | Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях | **Умения:** | |
| 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 | |
| **Знания:** | |
| 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 | |
| ОК 09 | Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках | **Умения:** | |
| 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 | |
| **Знания:** | |
| 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 | |
| **Код ПК** | **Уметь** | **Знать** | **Владеть навыками** |
| ПК 2.1. | -определять ключевые цели рекламной кампании  -формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК  -осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения  -определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание  -определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки  -определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач  -определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории)  -определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности  -учитывать мнение заказчика при планировании РК  -использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций. | -методики рекламного планирования  -инструментов рекламного планирования  -систему маркетинговых коммуникаций  -виды и инструменты маркетинговых коммуникаций  -принципы выбора каналов коммуникации  -аудиторию различных средств рекламы  -отраслевую терминологию  -формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда  -технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций  -принципы стратегического и оперативного планирования РК  -виды запросов пользователей в поисковых системах интернета  -особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете  -принципы функционирования современных социальных медиа  -виды и инструменты маркетинговых коммуникаций  -важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании  -важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей. | планирования системы маркетинговых коммуникаций |
| ПК 2.2. | -составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды  -разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг  -создавать план РК с учетом поставленных целей и задач  -осуществлять медиапланирование  -определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах рекламного бюджета  -эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных KPI  -осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний  -преобразовывать требования заказчика в бриф  -доводить информацию заказчика до ЦА  -использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании  -уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия  -использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям  -использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий. | -важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей  -логику и структуру плана рекламной кампании  -логику и структуру медиаплана  структуру брифа и требования к нему  -важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании | -разработки стратегии маркетинговых коммуникаций |

2. Структура и содержание профессионального модуля

2.1. Трудоемкость освоения модуля

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование составных частей модуля** | **Объем в часах** | **В т.ч. в форме практ. подготовки** |
| Учебные занятия | 134 | 100 |
| Курсовая работа (проект) | 20 | 20 |
| Самостоятельная работа | - | - |
| Практика, в т.ч.: | 72 | 72 |
| учебная | *36* | *36* |
| производственная | *36* | *36* |
| Промежуточная аттестация | 18 | - |
| Всего | **244** | **192** |

2.2. Структура профессионального модуля

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Код ОК, ПК | Наименования разделов профессионального модуля | Всего, час. | В т.ч. в форме практической подготовки | Обучение по МДК, в т.ч.: | Учебные занятия | Курсовая работа (проект) | Самостоятельная работа*[[5]](#footnote-5)* | Учебная практика | Производственная практика |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| ПК 2.1,  ОК01-ОК05, ОК07, ОК09 | Раздел 1. МДК 02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий | **54** | **40** | **54** | 34 | 20 | **-** |  |  |
| ПК 2.2,  ОК01-ОК05, ОК07, ОК09 | Раздел 2. МДК 02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий | **100** | **80** | **100** | 100 | - | **-** |  |  |
| ПК 2.1, ПК 2.2,  ОК01-ОК05, ОК07, ОК09 | Учебная практика | **36** | **36** |  |  | | | **36** |  |
| Производственная практика | **36** | **36** |  |  | | |  | **36** |
|  | Промежуточная аттестация | **18** |  |  |  | | |  |  |
|  | ***Всего:*** | ***244*** | **192** | ***154*** | ***134*** | ***20*** | ***-*** | **36** | **36** |

2.3. Примерное содержание профессионального модуля

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Примерное содержание учебного материала, практических и лабораторных занятия,** *курсовой проект (работа)* |
| **1** | **2** |
| **Раздел 1. Стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий (54)** | |
| **МДК 02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий** | |
| **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 |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |
| Практическое занятие. Анализ и корректировка маркетинговой стратегии предприятия |
| Практическое занятие. Создание коммуникационной стратегии предприятия |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |
| **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 |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |
| Практическое занятие. Разработка рекламной/коммуникационной кампании заказчика (часть 1) |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |
| **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 |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |
| Практическое занятие. Разработка рекламной/коммуникационной кампании заказчика (часть 2) |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |
| **Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе***)*   1. Составление плана работы. 2. Подбор методической и нормативной литературы. 3. Систематизация теоретических сведений. 4. Работа над теоретическим разделом. 5. Сбор и обработка фактических данных. 6. Анализ текущей ситуации предприятия. 7. Работа над практическим разделом. 8. Написание текста работы. 9. Подготовка к защите курсовой работы. 10. Презентация и защита проекта. | |
| **Курсовой проект (работа)**  **Тематика курсовых проектов (работ)**   1. Маркетинговые стратегии для нового продукта 2. Коммуникационная кампания для сезонного продукта или услуги 3. Коммуникационная кампания для нового продукта 4. Определение и сегментация целевой аудитории 5. Система брифов стратегического планирования 6. Позиционирование и потребительский инсайт 7. Рекламная идея и методы ее поиска на примере конкретного рынка 8. Бюджет коммуникационной кампании: структура и основные параметры 9. Основные метрики эффективности рекламной кампании 10. Структура медиаплана и его основные показатели 11. Активационный план коммуникационной стратегии 12. Медиа стратегия предприятия 13. Разработка и внедрение стратегического плана рекламы. 14. Анализ и оптимизация существующей рекламной кампании в социальных сетях. 15. Проектирование и создание интегрированной маркетинговой коммуникации для малого бизнеса. 16. Оценка и сравнение эффективности разных медийных каналов для выбранной целевой аудитории. 17. Исследование влияния немедийных каналов на потребительское поведение в определенной отрасли. 18. Проектирование и оценка бюджета рекламной кампании. 19. Аудит и анализ конкурентоспособности предприятия на выбранном рынке. 20. Разработка и исполнение тактического плана рекламы для сезонного продукта или услуги. 21. Изучение и применение психологических аспектов в рекламных сообщениях и их влияние на потребителей. 22. Разработка и реализация стратегии по совершенствованию образа предприятия. 23. Анализ законодательных аспектов рекламы в разных юрисдикциях и их влияние на практику. 24. Создание и внедрение корпоративной социальной ответственности через коммуникационные стратегии. | |
| **Самостоятельная учебная работа обучающегося над курсовым проектом (работой)**   1. Планирование выполнения курсового проекта: определение этапов, сроков и ресурсов для выполнения проекта. 2. Определение задач работы: формулирование конкретных задач и целей проекта. 3. Изучение литературных источников: поиск и анализ научных статей, книг и других источников, связанных с тематикой проекта. 4. Проведение предпроектного исследования: анализ рынка, конкурентов, потребностей целевой аудитории и другие исследования. 5. Работа над проектом (разработка коммуникационных стратегий, создание креативных концепций: разработка креативных идей и дизайна для рекламных материалов, выбор и анализ каналов коммуникации: определение наиболее эффективных каналов для доставки сообщения, бюджетирование и планирование ресурсов: оценка стоимости и планирование бюджета проекта, оценка эффективности) 6. Соблюдение этических норм и законодательства: анализ правовых ограничений и этических вопросов в рекламе. 7. Подготовка презентации проекта: создание и проведение презентации для защиты проекта. | |
| **Раздел 2 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий (100)** | |
| **МДК 02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий** | |
| **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 |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |
| **Практическое занятие.** Стратегическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий предприятия |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |
| **Тема 2.2. Презентация продуктов работы стратега** | **Содержание** |
| Предъявление продуктов стратега в формате презентации |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |
| Практическое занятие. Тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий предприятия |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |
| **Примерная тематика самостоятельной учебной работы**   1. Индустриальные стандарты АКАР: стратегическое планирование 2. Маркетинговые стратегии на разных рынках 3. Определение и сегментация целевой аудитории 4. Составление портрета целевой аудитории 5. Структура стратегического/коммуникационного брифа 6. Система брифов стратегического планирования 7. Позиционирование и потребительский инсайт 8. Основное обещание и key message 9. Рекламная идея и методы ее поиска 10. Бюджет коммуникационной кампании: структура и основные параметры 11. Основные метрики эффективности рекламной/коммуникационной кампании 12. Структура медиаплана и его основные показатели 13. Разработка или участие в реальных рекламных и коммуникационных проектах. | |
| **Учебная практика**  **Виды работ**   1. Анализ случаев и сценариев: изучение реальных бизнес-случаев, разбор успешных и неудачных кампаний, создание собственных сценариев и стратегий. 2. Разработка рекламных концепций: планирование и создание прототипов рекламных материалов, выбор каналов распространения, определение целевой аудитории. 3. Проведение маркетинговых исследований: планирование и проведение опросов, анализ потребительского поведения, интерпретация полученных данных. 4. Работа с медиа: планирование медиа-стратегий, работа с различными типами медиа, включая онлайн и офлайн каналы. 5. Практические упражнения по коммуникациям: разработка и презентация речей, участие в дебатах, тренировка навыков общения и убеждения. 6. Создание портфолио: компиляция и представление портфолио работ, включая рекламные материалы, проекты и отчеты. 7. Этика и законодательство в рекламе: изучение и анализ законов и этических норм, регулирующих рекламную деятельность. 8. Технологические навыки: освоение программ и инструментов для дизайна, аналитики и управления проектами. 9. Командная работа: участие в групповых проектах, разработка стратегий и тактик в команде, оценка эффективности командной работы. 10. Отчетность и отражение: подготовка отчетов о проделанной работе, рефлексия над полученным опытом, планирование дальнейшего развития. 11. Участие в семинарах и воркшопах: активное участие в дополнительных занятиях, мастер-классах от профессионалов отрасли, сетевых мероприятиях. 12. Подготовка к курсовому проекту: выбор темы, планирование исследования, поиск и анализ литературных источников. | |
| **Производственная практика (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)**  **Виды работ**   1. Анализ стратегического и тактического планирования в рекламных кампаниях. 2. Изучение роли рекламы и коммуникации в современных маркетинговых стратегиях. 3. Аудит и анализ конкурентного рынка и целевой аудитории. 4. Разработка и оценка рекламных и коммуникационных стратегий для конкретного продукта или услуги. 5. Изучение и анализ различных медиа и немедийных каналов коммуникации. 6. Техники и методы бюджетирования рекламных и коммуникационных кампаний. 7. Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий. 8. Практическое применение рекламных и коммуникационных стратегий в реальных проектах. 9. Разработка и осуществление маркетинговой стратегии как инструмента бизнес-стратегии. 10. Разработка коммуникационной, медиа стратегии. 11. Планирование и оценка маркетинга, рекламы и медиаплана. 12. Анализ эффективности и форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования. | |
| **Промежуточная аттестация 18** | |
| **Всего 226** | |

2.4. Курсовой работа (проект)

1. Маркетинговые стратегии для нового продукта

2. Коммуникационная кампания для сезонного продукта или услуги

3. Коммуникационная кампания для нового продукта

4. Определение и сегментация целевой аудитории

5. Система брифов стратегического планирования

6. Позиционирование и потребительский инсайт

7. Рекламная идея и методы ее поиска на примере конкретного рынка

8. Бюджет коммуникационной кампании: структура и основные параметры

9. Основные метрики эффективности рекламной кампании

10. Структура медиаплана и его основные показатели

11. Активационный план коммуникационной стратегии

12. Медиа стратегия предприятия

13. Разработка и внедрение стратегического плана рекламы.

14. Анализ и оптимизация существующей рекламной кампании в социальных сетях.

15. Проектирование и создание интегрированной маркетинговой коммуникации для малого бизнеса.

16. Оценка и сравнение эффективности разных медийных каналов для выбранной целевой аудитории.

17. Исследование влияния немедийных каналов на потребительское поведение в определенной отрасли.

18. Проектирование и оценка бюджета рекламной кампании.

19. Аудит и анализ конкурентоспособности предприятия на выбранном рынке.

20. Разработка и исполнение тактического плана рекламы для сезонного продукта или услуги.

21. Изучение и применение психологических аспектов в рекламных сообщениях и их влияние на потребителей.

22. Разработка и реализация стратегии по совершенствованию образа предприятия.

23. Анализ законодательных аспектов рекламы в разных юрисдикциях и их влияние на практику.

24. Создание и внедрение корпоративной социальной ответственности через коммуникационные стратегии.

3. Условия реализации профессионального модуля

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинет Общепрофессиональных дисциплин и МДК, оснащенный в соответствии с п. 6.1.2 примерной образовательной программы по специальности.

Лаборатории «Компьютерного дизайна» в соответствии с п. 6.1.2. примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2 примерной образовательной программы по специальности.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы   
для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

**3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания**

1. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511938
2. Марочкина, С. С. Медиарилейшнз и медиапланирование : учебное пособие / С. С. Марочкина, И. Б. Шуванов, Е. В. Щетинина. - Москва : ФЛИНТА, 2021. - 47 с. - ISBN 978-5-9765-4765-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1852347
3. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Касьянов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 288 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16159-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/541809Серия
4. Мельникова Н.А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Мельникова Н.А.. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 178 c. — ISBN 978-5-394-03570-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/90235.html
5. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие для спо / Г. Н. Крайнов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 372 с. — ISBN 978-5-507-45867-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/288947
6. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517937
7. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16874-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531940

**3.2.2. Дополнительные источники**

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512271

2. Фролов, Ю. В. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов: учебное пособие для вузов / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев; под редакцией Ю. В. Фролова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09015-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513928

3. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус [и др.]. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00742-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512109.

4. Борисова Е.Г. Алгоритмы воздействия. – М.: Международный институт рекламы, ЛО «Московия», 2018. – 140 с.

5. Антипов К.В. Основы рекламы, учебник – М., Дашков и Ко, 2019 год

Нормативные документы

1. Конституция Российской Федерации;

2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" (с изменениями и дополнениями);

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (часть четвертая) (с изменениями и дополнениями)

4. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I "О средствах массовой информации" (с изменениями и дополнениями)

Периодические издания:

Газеты: Рекламный мир; Рекламист, Ведомости, Российская газета, Guardian.

Журналы: Как; Креатив. Creativity; Рекламные идеи – Yes!; Индустрия рекламы; Рекламные технологии; Альманах Лаборатория рекламы и маркетинга и Public Relations; Сувенирка; Коммерсант; Профиль; Эксперт; Наружка; BTL-magazine; Психология, журнал «Communication Arts», еженедельник «Adweek» и другие.

4. Контроль и оценка результатов освоения   
профессионального модуля

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Код ПК, ОК** | **Критерии оценки результата  (показатели освоенности компетенций)** | **Формы контроля и методы оценки[[6]](#footnote-6)** |
| **ПК 2.1** | - адекватность и полнота разработанных планов;  - умение определить цели и задачи кампании;  - способность выбрать стратегические подходы; | Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ПК 2.2** | - качество анализа рынка и целевой аудитории;  - четкость и структурированность презентации;  - соответствие планов установленным форматам;  - убедительность аргументации;  - понимание стратегической направленности. | Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ОК 01** | - выбор и применение способов решения профессиональных задач;  - оценка эффективности и качества выполнения задач;  - знание более одного способа решения профессиональной задачи;  - аргументация выбора  конкретного способа. | Экспертное наблюдение выполнения практических работ  Кейс-задачи  Защита проекта  Зачет  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ОК 02** | - 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. | Устные выступления с  Презентацией  Защита проектов  Зачет  Экспертное наблюдение выполнения практических работ.  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ОК 03** | - демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации | 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.  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ОК 04** | - 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. | Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий;  Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий  Зачет  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ОК 05** | - 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. | Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;  Экспертное наблюдение за выполнением работ.  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ОК 07** | - 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. | Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности;  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ОК 09** | - 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 | Экспертное наблюдение за выполнением работ;  Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации;  Кейс-метод;  Зачет  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |

**Приложение 1.3**

**к ПОП по специальности**

**42.02.01 Реклама**

**Примерная рабочая программа профессионального модуля**

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

**2025г.**

**СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ**

[1. Общая характеристика 4](#_Toc156820309)

[1.1. Цель и место профессионального модуля «ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» в структуре образовательной программы 4](#_Toc156820310)

[1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля 4](#_Toc156820311)

[2. Структура и содержание профессионального модуля 4](#_Toc156820312)

[2.1. Трудоемкость освоения модуля 4](#_Toc156820313)

[2.2. Структура профессионального модуля 5](#_Toc156820314)

[2.3. Примерное содержание профессионального модуля 5](#_Toc156820315)

[2.4. Курсовой проект (работа) (для специальностей СПО, если предусмотрено) 6](#_Toc156820316)

[3. Условия реализации профессионального модуля 6](#_Toc156820317)

[3.1. Материально-техническое обеспечение 6](#_Toc156820318)

[3.2. Учебно-методическое обеспечение 7](#_Toc156820319)

[4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля 7](#_Toc156820320)

1. Общая характеристика ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

код и наименование модуля

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение вида деятельности «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде интернет средствами цифровых коммуникационных технологий».

Профессиональный модуль включен в обязательную часть образовательной программы

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленными в матрице компетенций выпускника (п. 4.3 ПОП).

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен[[7]](#footnote-7):

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Код ОК** | **Формулировка компетенции** | **Знания, умения** | |
| ОК 01 | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам | **Умения:** | |
| 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 | |
| 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 | |
| реализовывать составленный план | |
| оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) | |
| **Знания:** | |
| 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 | |
| ОК 02 | Использовать современные средства поиска, анализа  и интерпретации информации  и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности | **Умения:** | |
| 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 | |
| **Знания:** | |
| 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 | |
| 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 | **Умения:** | |
| 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 | |
| рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования | |
| определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности | |
| презентовать бизнес-идею | |
| определять источники финансирования | |
| **Знания:** | |
| 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 | |
| кредитные банковские продукты | |
| **Код ПК** | **Уметь** | **Знать** | **Владеть навыками** |
| ПК 3.1. | -определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет  -разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет. | -типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет  -способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет. | -аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет  -выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет  -постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет. |
| ПК 3.2. | -подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения  -использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА  -проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность  -представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов  -обеспечивать качественное функционирования сайта  -писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп  -находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА  -разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет  -осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет  -преобразовывать требования заказчика в бриф  -учитывать мнение заказчика при планировании РК. | -возможности Интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг  виды сайтов, их -возможности и варианты применения  требования к качественному функционированию сайтов  -виды и инструменты маркетинговых коммуникаций  -отраслевую терминологию  -важность учета пожеланий заказчика при -планировании рекламной кампании в сети Интернет  -структуру брифа и требования к нему. | -подбора и использования оффера  -разработки рекламной кампании в сети Интернет. |
| ПК 3.3. | -использовать поисковые системы интернета  -использовать технологии поисково-контекстной рекламы  -использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы  -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  -разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов  -определять эффективные офферы  -создавать оригинальные и стильные логотипы  -составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа  -создавать оригинальные, современные по стилю сайты  использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов  повышать информационную наглядность сайтов  -создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях  -разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика  -доводить информацию заказчика до ЦА  -использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество  -использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями  -использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет. | -отраслевую терминологию  -важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет  - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет. | -структуры и базовых принципов рекламного сообщения  -реализации рекламной кампании в сети Интернет. |

2. Структура и содержание профессионального модуля

2.1. Трудоемкость освоения модуля

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование составных частей модуля** | **Объем в часах** | **В т.ч. в форме практ. подготовки** |
| Учебные занятия | 198 | 140 |
| Курсовая работа (проект) | - | - |
| Самостоятельная работа | - | - |
| Практика, в т.ч.: | 72 | 72 |
| учебная | *36* | *36* |
| производственная | *36* | *36* |
| Промежуточная аттестация | 18 | - |
| Всего | **288** | **212** |

2.2. Структура профессионального модуля

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Код ОК, ПК | Наименования разделов профессионального модуля | Всего, час. | В т.ч. в форме практической подготовки | Обучение по МДК, в т.ч.: | Учебные занятия | Курсовая работа (проект) | Самостоятельная работа*[[8]](#footnote-8)* | Учебная практика | Производственная практика |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| ПК.3.1, ОК.01, ОК.02, ОК.03 | Раздел 1. Стратегии продвижения бренда в сети Интернет | **88** | **60** | **88** | 88 | - | **-** |  |  |
| ПК.3.2, ПК.3.3,  ОК.01, ОК.02, ОК.03 | Раздел 2. Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях | **110** | **80** | **110** | 110 | - | **-** |  |  |
| ПК.3.1, ПК.3.2, ПК.3.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03 | Учебная практика | **36** | **36** |  |  | | | **36** |  |
| Производственная практика | **36** | **36** |  |  | | |  | **36** |
|  | Промежуточная аттестация | **18** |  |  |  | | |  |  |
|  | ***Всего:*** | ***288*** | **212** | ***198*** | ***198*** | ***-*** | ***-*** | **36** | **36** |

2.3. Примерное содержание профессионального модуля

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Примерное содержание учебного материала, практических и лабораторных занятия,** *курсовой проект (работа)* |
| **1** | **2** |
| **Раздел 1. Стратегии продвижения бренда в сети Интернет. (88)** | |
| **МДК.03.01. Стратегии продвижения бренда в сети Интернет.** | |
| **Тема 1.1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете** | **Содержание** |
| 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 |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |
| Практическое занятие 1: Создание и размещение рекламных объявлений в социальных сетях. |
| Практическое занятие 2. Разработка концепции стратегии для поисковых систем. |
| Практическое занятие 3. Разработка стратегии проведения для рекламной кампании. |
| Практическое занятие 4. Настройка таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество. Кнопка Вступить. |
| Практическое занятие 5. Сделать сегмент ЦА (отдельно для мужчин, отдельно для женщин) Подключить на сайт Яндекс. Метрику. |
| Практическое занятие 6. Разработать концепцию продвижения личного бренда. |
| Практическое занятие 7. Расчет стоимости перехода клиента. Формирование KPI. |
| Практическое занятие 8. Составить бриф на разработку РК для таргетированной рекламы. |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |
| **Тема 1.2. Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в интернете** | **Содержание** |
| 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.** |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |
| Практическое занятие 9. Создать контент стратегию для личного бренда. |
| 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 |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |
| **Раздел 2. Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях. (110)** | |
| **МДК.03.02. Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.** | |
| **Тема 2.1. Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа** | **Содержание** |
| **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 рекламодателями |
| **6.** Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга |
| **7.** Алгоритмы и результаты поискового продвижения. |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** |
| 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 |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |
| **Тема 2.2. Управление реализацией стратегии интернет-продвижения** | **Содержание** |
| 1. Технологии привлечения посетителей на сайт |
| 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 |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** |
| 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 |
| 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 |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |
| **Учебная практика**  **Виды работ**   1. Ознакомление с конструктором сайтов 2. Разработка графических элементов 3. Создание концепции графического оформления 4. Разработка структуры и схемы сайта 5. Сборка сайта. Подготовка. Защита проекта | |
| **Производственная практика *раздела №* (***если предусмотрено рассредоточенное прохождение практики)*   1. Виды работ 2. Создание клиентской базы для рекламного предприятия 3. Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии. 4. Изготовить рекламный и/или PR материал. 5. Подготовить презентационный отчет о ходе практики. 6. Изготовленная рекламная продукция. Защита проекта. | |
| **Промежуточная аттестация 18** | |
| **Всего 270** | |

3. Условия реализации профессионального модуля

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинет Общепрофессиональных дисциплин и МДК*,* оснащенный в соответствии с п. 6.1.2. примерной образовательной программы по специальности.

Мастерская «Веб - дизайн и разработка» в соответствии с п. 6.1.2. примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2. примерной образовательной программы по специальности.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы   
для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

**3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания**

* + - 1. Винарский, Я. С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение : практическое пособие / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 269 с. + Доп. материалы[Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014219-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1891781
      2. Кульпин, С. В. Структура и содержание интернет-маркетинга : учебное пособие / С. В. Кульпин ; под. ред. Е. В. Попова. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА : Изд-во Урал. ун-та, 2022. - 100 с. - ISBN 978-5-9765-5004-9 (ФЛИНТА); ISBN 978-5-7996-3027-0 (Изд-во Урал. ун-та). - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1891283
      3. Жильцова, О. Н. Технология интернет-маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/544789
      4. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие для спо / Г. Н. Крайнов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 372 с. — ISBN 978-5-507-45867-7. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/288947
      5. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. Д. Хуссейн. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 68 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18732-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/545453
      6. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 352 с.
      7. Гринько, О. И. Место и роль контент-маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций / О. И. Гринько // Современная экономическая наука: теоретический и практический потенциал. Инновационное развитие современного экономического образования: материалы Международной научно-практической конференции, Ярославль, 04 декабря 2019 года. – Ярославль: Общество с ограниченной ответственностью «Филигрань», 2020. – С. 43-49.

**3.2.2. Дополнительные источники**

1. Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: [www.a-z.ru/assoc/osr/](http://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](http://www.fas.gov.ru) ;

7. Сайт Большая энциклопедия рекламы [www.bigadvenc.ru](http://www.bigadvenc.ru)

8. Рекламный сайт &amp;quot;Advertising.ru&amp;quot;: <http://www.advertising.ru>

9. Cайт &amp;quot;Advertology.ru&amp;quot;: [www.advertology.ru/](http://www.advertology.ru/)

10. Центр правового регулирования рекламной деятельности:http://www.cprrd.ru/.

4. Контроль и оценка результатов освоения   
профессионального модуля

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Код ПК, ОК,** | **Критерии оценки результата  (показатели освоенности компетенций)** | **Формы контроля и методы оценки[[9]](#footnote-9)** |
| **ПК 3.1** | - определять и классифицировать рекламу;  - применять полученные знания в практической реализации поставленных задач с учетом стандартов компетенции «Реклама»; | Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ПК 3.2** | - выстраивать каналы рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»;  - работать с нормативными документами в области рекламы;  - выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности с учетом стандартов компетенции «Реклама» | Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ПК 3.3** | - 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. | Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: экзамена, квалификационного экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ОК 01** | - выбор и применение способов решения профессиональных задач;  - оценка эффективности и качества выполнения задач;  - знание более одного способа решения профессиональной задачи;  - аргументация выбора  конкретного способа. | Экспертное наблюдение выполнения практических работ  Кейс-задачи  Защита проекта  Зачет  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ОК 02** | - 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. | Устные выступления с  Презентацией  Защита проектов  Зачет  Экспертное наблюдение выполнения практических работ.  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ОК 03** | - демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации | 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.  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |

**Приложение 1.4**

**к ПОП по специальности**

**42.02.01 Реклама**

**Примерная рабочая программа профессионального модуля**

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

**2025г.**

**СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ**

[1. Общая характеристика](#_Toc156820309)

[1.1. Цель и место профессионального модуля «ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях» в структуре образовательной программы………………………....](#_Toc156820310)

[1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля](#_Toc156820311)

[2. Структура и содержание профессионального модуля](#_Toc156820312)

[2.1. Трудоемкость освоения модуля](#_Toc156820313)

[2.2. Структура профессионального модуля](#_Toc156820314)

[2.3. Примерное содержание профессионального модуля](#_Toc156820315)

[2.4. Курсовой проект (работа) (для специальностей СПО, если предусмотрено)](#_Toc156820316)

[3. Условия реализации профессионального модуля](#_Toc156820317)

[3.1. Материально-техническое обеспечение](#_Toc156820318)

[3.2. Учебно-методическое обеспечение](#_Toc156820319)

[4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля](#_Toc156820320)

1. Общая характеристика ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях»

код и наименование модуля

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение вида деятельности «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях».

Профессиональный модуль включен в обязательную часть образовательной программы

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленными в матрице компетенций выпускника (п. 4.3 ПОП).

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен[[10]](#footnote-10):

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Код ОК** | **Формулировка компетенции** | **Знания, умения** | |
| ОК 01 | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно  к различным контекстам | **Умения:** | |
| 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 | |
| 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 | |
| реализовывать составленный план | |
| оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) | |
| **Знания:** | |
| 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 | |
| ОК 02 | Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности | **Умения:** | |
| 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 | |
| **Знания:** | |
| 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 | |
| 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 | **Умения:** | |
| 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 | |
| рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования | |
| определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности | |
| презентовать бизнес-идею | |
| определять источники финансирования | |
| **Знания:** | |
| 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 | |
| кредитные банковские продукты | |
| ОК 04 | Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде | **Умения:** | |
| организовывать работу коллектива и команды | |
| взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности | |
| **Знания:** | |
| психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности | |
| основы проектной деятельности | |
| ОК 05 | Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста | **Умения:** | |
| грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе | |
| **Знания:** | |
| особенности социального и культурного контекста; | |
| правила оформления документов и построения устных сообщений | |
| ОК 06 | Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения | **Умения:** | |
| проявлять гражданско-патриотическую позицию | |
| демонстрировать осознанное поведение | |
| описывать значимость своей специальности | |
| применять стандарты антикоррупционного поведения | |
| **Знания:** | |
| сущность гражданско-патриотической позиции | |
| традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений | |
| значимость профессиональной деятельности по специальности | |
| стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения | |
| ОК 09 | Пользоваться профессиональной документацией  на государственном  и иностранном языках | **Умения:** | |
| 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 | |
| **Знания:** | |
| 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 | |
| **Код ПК** | **Уметь** | **Знать** | **Владеть навыками** |
| ПК 4.1. | -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  -использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество. | -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. | -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. |
| ПК 4.2. | -использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА  -проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность. | -отраслевую терминологию важность учета  -пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании | -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. |
| ПК.4.3 | -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 функционирования 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. | -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  -программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей  технические средства  создания визуального контента  -возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей  -виды и инструменты маркетинговых коммуникаций  -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. | -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. |

2. Структура и содержание профессионального модуля

2.1. Трудоемкость освоения модуля

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование составных частей модуля** | **Объем в часах** | **В т.ч. в форме практ. подготовки** |
| Учебные занятия | 186 | 110 |
| Курсовая работа (проект) | 20 | 20 |
| Самостоятельная работа | - | - |
| Практика, в т.ч.: | 72 | 72 |
| учебная | *36* | *36* |
| производственная | *36* | *36* |
| **Промежуточная аттестация** | **18** | **-** |
| Всего | **296** | **202** |

2.2. Структура профессионального модуля

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Код ОК, ПК | Наименования разделов профессионального модуля | Всего, час. | В т.ч. в форме практической подготовки | Обучение по МДК, в т.ч.: | Учебные занятия | Курсовая работа (проект) | Самостоятельная работа*[[11]](#footnote-11)* | Учебная практика | Производственная практика |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| ПК.4.1, ПК.4.2,  ОК 01, ОК 02, ОК04, ОК 09 | Раздел 1.Разработка творческих рекламных решений | **90** | **60** | **90** | 70 | 20 | **-** |  |  |
| ПК.4.2, ПК.4.3,  ОК01, ОК02, ОК03, ОК04, ОК05, ОК06, ОК09 | Раздел 2. Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки | **116** | **70** | **116** | 116 | - | **-** |  |  |
| ПК.4.1, ПК.4.2,  ПК.4.3, ОК01, ОК02, ОК03, ОК04, ОК05, ОК06, ОК09 | Учебная практика | **36** | **36** |  |  | | | **36** |  |
| Производственная практика | **36** | **36** |  |  | | |  | **36** |
|  | Промежуточная аттестация | **18** |  |  |  | | |  |  |
|  | ***Всего:*** | ***296*** | **202** | ***206*** | ***186*** | ***20*** | ***-*** | **36** | **36** |

2.3. Примерное содержание профессионального модуля

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Примерное содержание учебного материала, практических и лабораторных занятия,** *курсовой проект (работа)* |
| **1** | **2** |
| **Раздел 1. Разработка творческих рекламных решений (90)** | |
| **Раздел 1. Система корпоративной идентичности в рекламной деятельности (36)** | |
| **МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений** | |
| **Тема 1.1. Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы** | **Содержание учебного материала** |
| 1. Понятие системы корпоративной идентичности, фирменного стиля, бренд айдентики. Бренд-айдентика и корпоративная айдентика. Брендбук, гайдлайн, логобук. |
| 2. Основные функции системы корпоративной идентичности. Влияние системы корпоративной идентичности на эффективность рекламной коммуникации. |
| 3. Основные элементы системы корпоративной идентичности. Методика разработки шрифтового логотипа. Виды визуальных знаков. Методика разработки графического знака. |
| 4. Причины и способы изменения корпоративной айдентики. Редизайн, рестайлинг, ребрендинг. |
| 5. Носители корпоративной идентичности: деловая документация, корпоративная одежда и транспорт, сувенирная продукция. |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |
| Практическое занятие 1*.* Разработка шрифтового логотипа и графического фирменного знака |
| Практическое занятие 2*.* Формирование системы корпоративной идентичности |
| Практическое занятие 3. Разработка комплекса носителей корпоративного стиля |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |
| **Раздел 2. Рекламное проектирование (36)** | |
| **Тема 2.1. Рекламное проектирование** | **Содержание учебного материала** |
| 1. Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual. |
| 2. Рекламный текст и копирайтинг. Прием литературного тропа в создании креативной рекламы. Виды тропов. |
| 3. Работа с заказчиком. Заполнение и утверждение брифа. Бриф, дебриф, креативный бриф. |
| 4. Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual. |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** |
| Практическое занятие 4. Проведение анализа, формирование ключевого рекламного решения. |
| Практическое занятие 5. Создание инсайта, разработка рекламного текста |
| Практическое занятие 6. Создание ключевого визуального образа (Key visual). Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения нового товара на рынок |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |
| **Тема 2.2. Проектирование печатной рекламы** | **Содержание учебного материала** |
| 1. Проектирование печатной рекламы. Виды печатной рекламы. Технологии печатной рекламы. |
| 2. Проектирование ВTL-рекламы. Виды POSM. |
| 3. Виды рекламы для сопровождения экспозиционной деятельности |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** |
| Практическое занятие 7. Разработка комплекса POSM |
| **Тема 2.3. Проектирование рекламы в онлайн среде** | **Содержание учебного материала** |
| 1. Основные виды рекламных носителей в онлайн-среде.  Типы и структура сайтов. |
| 2. Контекстная и таргетированная реклама. Виды интернет-баннеров. |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** |
| Практическое занятие 8. Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения в онлайн среде |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |
| **Раздел 3. Проектирование рекламного комплекса (18)** | |
| **Тема 3.1. Проектирование наружной рекламы** | **Содержание учебного материала** |
| Виды наружной рекламы, конструктивные особенности, технологии создания. |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** |
| Практическое занятие 9. Разработка комплекса и серии креативной наружной рекламы |
| **Тема 3.2. Проектирование транзитной рекламы** | **Содержание учебного материала** |
| Виды транзитной рекламы |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** |
| Практическое занятие 10. Разработка комплекса транзитной рекламы |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |
| **Курсовой проект (работа)** *(для специальности если предусмотрено)*  **Тематика курсовых работ:**   1. Совершенствование рекламной коммуникации посредством редизайна сайта и адаптации для мобильных устройств. 2. Совершенствование рекламной коммуникации в соцсетях. 3. Совершенствование рекламной коммуникации посредством проведения мероприятий (Event-мероприятия,btl акции, выставки и т.д.). 4. Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки фирменного стиля. 5. Совершенствование рекламной коммуникации посредством рестайлинга фирменного стиля. 6. Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки сайта. 7. Совершенствование рекламной коммуникации посредством продвижения в онлайн среде. 8. Совершенствование рекламной коммуникации посредством создания контента. 9. Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки рекламной продукции. 10. Совершенствование рекламной коммуникации посредством смм продвижения. 11. Разработка фирменного стиля и формирование имиджа компании. 12. Разработка рекламного комплекса для торговой марки. 13. Разработка рекламного комплекса для предприятия. 14. Разработка рекламного комплекса для увеличения лояльности целевой аудитории. 15. Разработка рекламной кампании в соцсетях для узнаваемости и информирования целевой аудитории для предприятия. 16. Разработка рекламной кампании в онлайн среде. 17. Разработка и создание медиа контента и раздаточных материалов. 18. Разработка материалов для совершенствования рекламной коммуникации. 19. Проведение рестайлинга фирменного стиля и создание печатной продукции. 20. Формирование (если на стартапе) рекламной коммуникации посредством создания фирменного стиля для предприятия. 21. Формирование рекламной коммуникации в онлайн среде. 22. Продвижение посредством таргетированной рекламы. 23. Продвижение посредством контекстной рекламы. 24. Проведение рестайлинга фирменного стиля для повышения узнаваемости имиджа компании. 25. Разработка комплекса печатной рекламы для информирования целевой аудитории. 26. Креативная концепция для создания рекламного кампании. 27. Разработка корпоративного персонажа для использования в рекламной продукции. 28. Разработка корпоративного персонажа для повышения узнаваемости. 29. Разработка сценария и раскадровки рекламной медиапродукции. | |
| **Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе)** *(если предусмотрено, указать тематику и(или) назначение, вид (форму) организации учебной деятельности)*   1. Согласование и утверждение темы курсовой работы. Работа с литературой, составление плана работы. 2. Определение цели и задач курсовой работы, работа над вводной частью. 3. Работа над теоретической частью. 4. Проведение анализа, определение ключевых рекламных решений. 5. Разработка эскизов графической части курсовой работы. 6. Разработка рекламной продукции. 7. Описание практических разработок и проведение предварительной оценки эффективности. 8. Работа над заключительной частью. 9. Подготовка к защите курсовой работы. 10. Защита курсовой работы. | |
| **Самостоятельная учебная работа обучающегося над курсовой работой**   1. Планирование выполнения курсовой работы. 2. Определение цели и задач работы. 3. Подбор и изучение литературных источников. 4. Проведение предпроектного исследования. 5. Определение ключевых рекламных решений. 6. Разработка рекламной продукции. 7. Предварительная оценка эффективности. 8. Вычитка текста, работа над ошибками. 9. Создание презентации. 10. Подготовка речи для защиты курсовой работы. | |
| **Учебная практика**  **Виды работ**   1. Проведение ситуационного анализа 2. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений 3. Разработка рекламной продукции | |
| **Производственная практика**  **Виды работ**   1. Получение задания, составление брифа, утверждение у заказчика 2. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений 3. Разработка рекламной продукции 4. Сдача проекта заказчику | |
| **Раздел 2. Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки (116)** | |
| **Радел 1. Основы компьютерной графики (38)** | |
| **МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки** | |
| **Тема 1.1. Основы векторной графики. Программа Adobe Illustrator** | **Содержание учебного материала** |
| 1. Основные настройки и инструменты, навыки работы с объектами, работа с цветом, способы окрашивания объектов. |
| 2. Операции над объектами (трансформация, порядок, выравнивание, геометрические операции над объектами). |
| 3. Создание и редактирования контуров. Техника рисунка в кривых и работа с текстом |
| 4. Создание текстурных векторных кистей |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |
| Практическое занятие №1. Рисунок из геометрических объектов. Создание логотипа |
| Практическое занятие №2. Работы с кривыми. Создание патера; Кисти. Создание текстурных векторных кистей |
| Практическое занятие №3. Векторный компьютерный рисунок с использованием кривых |
| Практическое занятие 4. Создание рекламного плаката |
| Практическое занятие №5. Работа с текстом. Разработка дизайна интернет-рассылок. |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |
| **Тема 1.2. Основы растровой графики. Программа Photoshop** | **Содержание учебного материала** |
| 1. Интерфейс программы Photoshop. Основные инструменты. Способы выделения. |
| 2. Понятия слоя. Работа со слоями, многослойные изображения. |
| 3. Работа с текстом и эффекты в растровой среде. |
| 4. Техника ретуширования. Цветовая тоновая коррекции изображения |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |
| Практическое занятие №6. Создание композиции с использованием готовых выделенных объектов |
| Практическое занятие №7. Создание многослойной монтажной композиции в растровой графике |
| Практическое занятие №8. Компьютерная обработка растрового изображения: стилизация фотографии «под вектор» |
| Практическое занятие №9. Обработка фотографий в программе растровой графики |
| Практическое занятие №10. Размещение объектов с учётом перспективы |
| Практическое занятие №11. Создание рекламной листовки в программе Photoshop |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |
| **Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 1**  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. | |
| **Учебная практика**  **Виды работ**   1. Использование типографики в графическом дизайне. 2. Создание информационного плаката. 3. Техника масло, карандаш, акварель в компьютерной графике. 4. Создание рекламных продуктов с цифровой живописью. | |
| **Производственная практика**  **Виды работ**   1. Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж. 2. Создания шрифтовых композиций. Спецэффекты | |
| **Раздел 2. Выбор основных изобразительных средств рекламной фотографии. (18)** | |
| **Тема 2.1. Использование студийного оборудования, технология фотогравирования.** | **Содержание учебного материала** |
| Особенности технологии прикладного использования студийного оборудования. |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |
| Практическое занятие №1. Схемы установки студийного освещения для решения основных задач рекламной фотосессии. |
| Практическое занятие №2. Использование насадок и фильтров на приборы студийного освещения, для создания специфического светового рисунка на рекламируемом объекте. |
| **Тема 2.2. Работа над имиджевой фотографией, фотосессия предметов потребления.** | **Содержание учебного материала** |
| Фотографирование визуальных рекламных композиций. Фотосессия предметов потребления. Фотоссесия визуальных композиций. Фотосессия имиджевого предмета. Креативная компоновка различных предметов в композицию для рекламного проекта. |
| **В том числе 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. |
| Практическое занятие №4. Фотосессия имиджевого предмета. Подбор вариантов креативного решения освещения для выявления визуального акцента. Фотографирование визуального проекта имиджевой фотосессии |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |
| **Примерная тематика самостоятельной учебной работы**   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. | |
| **Учебная практика**  **Виды работ**   1. Визуальная коммуникация с использованием рекламной фотографии. 2. Определение задач учебной практики. 3. Техника безопасности. 4. Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии. 5. Составление рекламного брифа по задачам фотосъёмки. 6. Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии. 7. Проведение фотосъемки. 8. Промежуточный анализ отснятого материала. 9. Обработка фотографий в графическом редакторе с использованием простых приемов создания и обработки изображения. 10. Зачёт | |
| **Производственная практика (если предусмотрено рассредоточенное прохождение практики)**  **Виды работ**   1. **Разработка и создание дизайна рекламной продукции:**  * выбор художественной формы реализации рекламной идеи; * создание визуального образа с рекламными функциями; * художественное конструирование рекламных продуктов по заданию. | |
| **Раздел 3. Использование технологии создания рекламных фотокомпозиций ( 22)** | |
| **Тема 3.1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции** | **Содержание учебного материала** |
| 1. Осуществление поиск рекламных идей. |
| 2. Художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы в жанрах. |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** |
| Практическое занятие №5. Разработка авторского рекламного проекта. |
| Практическое занятие №6. Создание визуальных образов с рекламными функциями. |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |
| **Тема 3.2. Производство рекламной продукции** | **Содержание учебного материала** |
| 1. Выбор и использование инструментов, оборудования, материалов и изобразительных средств |
| 2. Практическое использование изобразительных средств оптики, фактуры, световых схем для создания имиджа рекламного продукта. |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** |
| Практическое занятие №7. Создание модели, макета, сценария визуального решения объекта |
| Практическое занятие №8. Исполнение рекламного решения имиджа в визуальном образе. |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |
| **Примерная тематика самостоятельной учебной работы**   1. Комплексное фото сопровождение бренда, продукции, каталогизирование визуальных образов. 2. Создание конечного визуального продукта рекламной фотосессии. 3. Разработка имиджевого решения визуального ряда рекламируемого объекта. | |
| **Учебная практика**  **Виды работ**  Формирование положительного имиджа бренда или персоны.   1. Определение задач учебной практики. 2. Техника безопасности. 3. Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии; 4. Составление или импортирование рекламного брифа по задачам фотосъёмки. 5. Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии. 6. Жанр и стиль. Определение жанра и стиля рекламной фотосессии. 7. Персонажи, фотомодели. Объект и субъект. Натура, фотостудия. 8. Тестовые съёмки натуры для рекламной фотосессии. 9. Подготовка фотостудии для рекламной фотосессии (реквизит, аксессуары, набор осветительного оборудования и источников света). 10. Организация и проведение фотосъемки. Компьютерная обработка фотографий с использованием простых приемов создания и обработки изображения. 11. Защита проекта. | |
| **Производственная практика**  **Виды работ**   1. Характеристика предприятия, организационная структура предприятия. 2. Основные виды деятельности, ассортимент продукции, структура управления, должностные обязанности специалистов организации. 3. Место фотографии в цепочке рекламной продукции. 4. Анализ рекламной деятельности предприятия. 5. Организация и подготовка выпуска, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. 6. Технология организации и проведения фотосопровождения. 7. Финишные визуальные работы. | |
| **Раздел 4. Техника и технология рекламного видео (38)** | |
| **Тема 4.1. Способы формирования идеи. Запись идеи для дальнейшего видео производство.** | **Содержание учебного материала** |
| 1. Логлайн. Синопсис. |
| 2. Сценарий. Раскадровка. |
| 3. Трехактная структура повествования |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |
| Практическое занятие №1. Написание своих логанов к реальным фильмам, написание логанов к своему воображаемому рекламному ролику. |
| Практическое занятие №2. Написание своего сценария по логлайну к своему рекламному ролику. |
| Практическое занятие №3. Создание раскадровки по своему сценарию рекламному ролику. |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |
| **Тема 4.2. Тритмент. Референсы** | **Содержание учебного материала** |
| 1.Тритмент. Структура. Наполнение. |
| 2. Референсы. |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** |
| Практическое занятие №4. Написать триметр опираясь на свой логин и сценарий. |
| Практическое занятие №5. Научится пользоваться ресурсами для поисков референсов |
| Практическое занятие №6. Собрать референсы для своего ролика поместить в Тритмент. |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |
| **Тема 4.3. Создание рекламного видеоролика по-своему тритменту.** | **Содержание учебного материала** |
| 1. Основные принципы композиции кадра. |
| 2. 10 принципов монтажа. |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |
| Практическое занятие №7. Снять рекламный ролик Опираясь на свой тритмент |
| Практическое занятие №8. Смонтировать рекламный ролик согласно расскадровки |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |
| **Промежуточная аттестация 18** | |
| **Всего 278** | |

2.4. Курсовой работа (проект)

1. Совершенствование рекламной коммуникации посредством редизайна сайта и адаптации для мобильных устройств.

2. Совершенствование рекламной коммуникации в соцсетях.

3. Совершенствование рекламной коммуникации посредством проведения мероприятий (Event-мероприятия,btl акции, выставки и т.д.).

4. Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки фирменного стиля.

5. Совершенствование рекламной коммуникации посредством рестайлинга фирменного стиля.

6. Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки сайта.

7. Совершенствование рекламной коммуникации посредством продвижения в онлайн среде.

8. Совершенствование рекламной коммуникации посредством создания контента.

9. Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки рекламной продукции.

10. Совершенствование рекламной коммуникации посредством смм продвижения.

11. Разработка фирменного стиля и формирование имиджа компании.

12. Разработка рекламного комплекса для торговой марки.

13. Разработка рекламного комплекса для предприятия.

14. Разработка рекламного комплекса для увеличения лояльности целевой аудитории.

15. Разработка рекламной кампании в соцсетях для узнаваемости и информирования целевой аудитории для предприятия.

16. Разработка рекламной кампании в онлайн среде.

17. Разработка и создание медиа контента и раздаточных материалов.

18. Разработка материалов для совершенствования рекламной коммуникации.

19. Проведение рестайлинга фирменного стиля и создание печатной продукции.

20. Формирование (если на стартапе) рекламной коммуникации посредством создания фирменного стиля для предприятия.

21. Формирование рекламной коммуникации в онлайн среде.

22. Продвижение посредством таргетированной рекламы.

23. Продвижение посредством контекстной рекламы.

24. Проведение рестайлинга фирменного стиля для повышения узнаваемости имиджа компании.

25. Разработка комплекса печатной рекламы для информирования целевой аудитории.

26. Креативная концепция для создания рекламного кампании.

27. Разработка корпоративного персонажа для использования в рекламной продукции.

28. Разработка корпоративного персонажа для повышения узнаваемости.

29. Разработка сценария и раскадровки рекламной медиапродукции.

3. Условия реализации профессионального модуля

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинет Общепрофессиональных дисциплин и МДК, оснащенный в соответствии с п. 6.1.2. примерной образовательной программы по специальности.

Лаборатории «Информационных и коммуникационных технологий», «Компьютерной графики и видеомонтажа» в соответствии с п. 6.1.2. примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п 6.1.2. примерной образовательной программы по специальности.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы   
для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

**3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания**

1. Бочарова, Т. И. Рекламный текст. Сборник упражнений / Т. И. Бочарова. — 4-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 88 с. — ISBN 978-5-507-47253-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/349973
2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16874-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531940
3. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18737-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/545458
4. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью: учебное пособие для спо / Г. Н. Крайнов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург: Лань, 2023. — 372 с. — ISBN 978-5-507-45867-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/288947
5. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517937
6. Колошкина, И. Е. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. Е. Колошкина, В. А. Селезнев, С. А. Дмитроченко. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 233 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15862-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510043
7. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/542748

**3.2.2. Дополнительные источники**

1. Бернбах, Б. Библия Билла Бернбаха: история рекламы, которая изменила рекламный бизнес / Б. Бернбах, Б. Левенсон. - М.: Издательство "Эксмо" ООО, 2021. - 288 c.

2. Бушков, Василий Дизайн рекламы. 10 иллюстрированных уроков / Василий Бушков. - М.: Издательские решения, 2019. - 312 c.

3. Бхаскаран, Лакшми Анатомия дизайна. Реклама, книги, газеты, журналы / Лакшми Бхаскаран. - М.: АСТ, Астрель, ОГИЗ, 2019. - 256 c.

4. Бхаскаран, Лакшми Анатомия дизайна: реклама, книги, газеты, журналы / Лакшми Бхаскаран. - М.: АСТ, 2019. - 637 c.

5. Головач, В.В. Дизайн пользовательского интерфейса (v 1.2) / В.В. Головач. - М.: 2020. - 138 c.

6. Голубятников, И.В. Дизайн. История, современность, перспективы: моногр. / И.В. Голубятников. - М.: ИЗД-ВО "МИР ЭНЦИКЛОПЕДИЙ", 2022. - 224 c.

7. Данилов, Александр Идея, сценарий, дизайн в рекламе / Александр Данилов. - М.: ДАН, 2021. - 252 c.

8. Зурабова Анастасия., Фуд-фотография. От теории к практике., Эксмо., М., 2020.

9. Карповская, Елена Визуальные коммуникации в графическом дизайне. От шрифтов и композиции к эффективным навыкам рекламы / Елена Карповская. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2019. - 277 c.

10. Келби С., Цифровая фотография.Т. 1., Диалектика., Москва; Санкт- Петербург; Киев., 2020.

11. Коттон Ш., Фотография как современное искусство., Ад Маргинем., -М., 2020.

12. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2019. - 204 c.

13. Курушин, В. Д. Дизайн и реклама. От теории к практике / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2019. - 662c.

14. Курушин, В.Д. Графический дизайн и реклама / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2020. - 270 c.

15. Марио, Прикен Идеал. Стратегический менеджмент идей для маркетинга, рекламы, СМИ и дизайна: кузница идей - алхимия творчества / Прикен Марио. - М.: Дитон, 2020. - 743 c.

16. Мокшанцев Р. И. «Психология рекламы» - М.: ИНФРА-М, 2020.

17. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе / Р.Ю. Овчинникова. - М.: Юнити-Дана, 2022. - 240 c.

18. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования. Гриф УМО МО РФ / Р.Ю. Овчинникова. - М.: Юнити-Дана, 2019. – 383c.

19. Павловская, Елена Дизайн рекламы: поколение NEXT / Елена Павловская. - М.: Питер, 2019. - 320 c.

20. Пайл, Д. Дизайн интерьеров и архитектура. 6000 лет истории / Д. Пайл. - М.: АСТ, 2020. - 285 c.

21. Пигулевский, В.О. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне / В.О. Пигулевский. - М.: Институт прикладной психологии "Гуманитарный центр", 2021. - 851 c.

22. Романычева, Э. Т. Дизайн и реклама. Компьютерные технологии / Э.Т. Романычева. - М.: ДМК Пресс, 2022. - 573 c.

23. Сьюзи, Ходж Дизайн. Почему это шедевр. 80 историй уникальных предметов / Ходж Сьюзи. - М.: Синдбад, 2020. - 378 c.

24. Тангейт, Марк Всемирная история рекламы / Марк Тангейт. - М.: Альпина Диджитал, 2018. - 634 c.

25. Тимофеева, М. А. Дизайн в Швеции. История концепций и эволюция форм / М.А. Тимофеева. - М.: РГГУ, 2020. - 304 c.

26. Тимофеева, М. Дизайн в Швеции. История концепций и эволюция форм / М. Тимофеева. - М.: Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), 2020. - 774 c.

27. Уильямс Р. «Не дизайнерская книга о дизайне» - М.: Инфра-М., 2020.

28. Фисун П.К., Фотография. Школа мастерства., АСТ: Кладезь., - М., 2020.

29. Фотография: практическое руководство: 355 секретов и уникальных советов для самых удачных снимков = Фотография: полный курс мастерства., АСТ: Кладезь., -М 2020.

30. Эвами М. «Logo. Создание логотипов. Самые современные разработки» - СПб.: Питер, 2019.

Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: [www.a-z.ru/assoc/osr/](http://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](http://www.fas.gov.ru) ;

7. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru

8. Рекламный сайт &quot;Advertising.ru&quot;: <http://www.advertising.ru>

9. Cайт &quot;Advertology.ru&quot;: [www.advertology.ru/](http://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, ОК** | **Критерии оценки результата  (показатели освоенности компетенций)** | **Формы контроля и методы оценки[[12]](#footnote-12)** |
| **ПК 4.1** | - использование дизайнерских эскизов при создании основных печатные документов, определяющих фирменный стиль | Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы.  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ПК 4.2** | - 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. | Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы.  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ПК 4.3** | - 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. | Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы.  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ОК 01** | - выбор и применение способов решения профессиональных задач;  - оценка эффективности и качества выполнения задач;  - знание более одного способа решения профессиональной задачи;  - аргументация выбора  конкретного способа. | Экспертное наблюдение выполнения практических работ  Кейс-задачи  Защита проекта  Зачет  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ОК 02** | - 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. | Устные выступления с  Презентацией  Защита проектов  Зачет  Экспертное наблюдение выполнения практических работ.  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ОК 03** | - демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации | 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.  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ОК 04** | - 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. | Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий;  Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий  Зачет  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ОК 05** | - 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. | Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;  Экспертное наблюдение за выполнением работ.  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ОК 06** | - грамотно излагать свои мысли;  - оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке;  - проявлять толерантность в рабочем коллективе. | Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;  Экспертное наблюдение за выполнением работ.  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |
| **ОК 09** | - 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 | Экспертное наблюдение за выполнением работ;  Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации;  Кейс-метод;  Зачет  Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:  - экзамена, квалификационного;  - экзамена по модулю.  Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. |

1. *Берутся сведения, указанные по данному виду деятельности в п. 4.2.* [↑](#footnote-ref-1)
2. Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией. [↑](#footnote-ref-2)
3. Примеры оформления формы контроля: контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, защита курсовых и дипломных проектов (работ), экзамены. Примеры оформления методов оценки: интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля. [↑](#footnote-ref-3)
4. *Берутся сведения, указанные по данному виду деятельности в п. 4.2.* [↑](#footnote-ref-4)
5. Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией. [↑](#footnote-ref-5)
6. Примеры оформления формы контроля: контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, защита курсовых и дипломных проектов (работ), экзамены. Примеры оформления методов оценки: интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля. [↑](#footnote-ref-6)
7. *Берутся сведения, указанные по данному виду деятельности в п. 4.2.* [↑](#footnote-ref-7)
8. Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией. [↑](#footnote-ref-8)
9. Примеры оформления формы контроля: контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, защита курсовых и дипломных проектов (работ), экзамены. Примеры оформления методов оценки: интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля. [↑](#footnote-ref-9)
10. *Берутся сведения, указанные по данному виду деятельности в п. 4.2.* [↑](#footnote-ref-10)
11. Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией. [↑](#footnote-ref-11)
12. Примеры оформления формы контроля: контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, защита курсовых и дипломных проектов (работ), экзамены. Примеры оформления методов оценки: интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля. [↑](#footnote-ref-12)