

Федеральное государственное образовательное бюджетное  
учреждение высшего образования  
**«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»**  
**(Финансовый университет)**

**Уральский филиал Финуниверситета**

СОГЛАСОВАНО

Генеральный директор

ООО «ИНПСИ»



П.М. Саитгалина

УТВЕРЖДАЮ

Директор

Уральского филиала  
Финуниверситета



И.А. Кравченко

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного  
продукта**

по специальности 42.02.01 Реклама

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама, утверждённого Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Разработчик:

Угрюмова Наталья Викторовна, к.э.н., преподаватель

Рабочая программа профессионального модуля рассмотрена и рекомендована на заседании предметно-цикловой комиссии профессиональных дисциплин.

Протокол от «27» января 2026 г. № 6.

Председатель  
предметно-цикловой комиссии  
профессиональных дисциплин

Н.В. Угрюмова

## СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	15
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	17

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

### 1.1.Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее – рабочая программа) является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции.

### 1.2.Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями студентами в ходе освоения профессионального модуля должен:

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

	<p>исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– производить качественные аналитические исследования рынка;</li> <li>– производить качественные аналитические исследования конкурентной среды;</li> <li>– уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи;</li> <li>– преобразовывать требования заказчика в бриф;</li> <li>– распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;</li> <li>– анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи;</li> <li>– выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;</li> <li>– составлять план действия; определять необходимые ресурсы;</li> <li>– владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план;</li> <li>– оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника);</li> <li>– определять задачи для поиска информации;</li> <li>– определять необходимые источники информации;</li> <li>– планировать процесс поиска;</li> <li>– структурировать получаемую информацию;</li> <li>– выделять наиболее значимое в перечне информации;</li> <li>– оценивать практическую значимость результатов поиска;</li> <li>– оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;</li> <li>– использовать современное программное обеспечение;</li> <li>– использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач;</li> <li>– определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;</li> <li>– применять современную научную профессиональную терминологию;</li> <li>– определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;</li> <li>– выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;</li> <li>– презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;</li> <li>– оформлять бизнес-план;</li> <li>– определять источники финансирования;</li> <li>– организовывать работу коллектива и команды;</li> <li>– взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности;</li> <li>– грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе;</li> <li>– соблюдать нормы экологической безопасности;</li> <li>– определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства;</li> <li>– организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона;</li> </ul>
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы;</li> <li>– участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;</li> <li>– строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;</li> <li>– кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые);</li> <li>– писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.</li> </ul>
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>– способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;</li> <li>– аудиторию различных средств рекламы;</li> <li>– формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;</li> <li>– технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования;</li> <li>– методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития;</li> <li>– отраслевую терминологию;</li> <li>– методики и инструменты для проведения маркетингового исследования;</li> <li>– структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним;</li> <li>– основ маркетинга;</li> <li>– принципов выбора каналов коммуникации;</li> <li>– виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</li> <li>– важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий;</li> <li>– важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей;</li> <li>– актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;</li> <li>– основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;</li> <li>– алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;</li> <li>– методы работы в профессиональной и смежных сферах;</li> <li>– структуру плана для решения задач;</li> <li>– порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;</li> <li>– номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности;</li> <li>– приемы структурирования информации;</li> <li>– формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации;</li> <li>– порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств;</li> <li>– порядок выстраивания презентации;</li> <li>– психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– основы проектной деятельности;</li> <li>– особенности социального и культурного контекста;</li> <li>– правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности;</li> <li>– основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности;</li> <li>– пути обеспечения ресурсосбережения;</li> <li>– принципы бережливого производства;</li> <li>– основные направления изменения климатических условий региона;</li> <li>правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы;</li> <li>– основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности;</li> <li>– особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности.</li> </ul>
--	--

### 1.3. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего – 214 часов, из них  
самостоятельная работа – 20 часов;  
на освоение МДК – 140 часов;  
учебная практика – 36 часов;  
экзамен по модулю – 18 часов.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение студентами видом профессиональной деятельности в области проведения исследований для создания и реализации рекламного продукта, том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

### Перечень общих компетенций

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

	эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

### Перечень профессиональных компетенций

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



### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1 Тематический план и содержание профессионального модуля

Коды компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Суммарный объем нагрузки, час.	в т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Работа студентов во взаимодействии с преподавателем						Самостоятельная работа
				Обучение по МДК				Практики		
				Всего	В том числе					
	Промежуточная аттестация	Лабораторных и практических занятий	Курсовые проекты (работы)		Учебная	Производственная				
1	2	3		4	5		6	7	8	9
ОК 01. – ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 1.1. - ПК 1.4.	<b>МДК.01.01 Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов</b>	80	20	70	-		-	-	-	10
ОК 01. – ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 1.1. - ПК 1.4.	<b>МДК.01.02 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</b>	80	30	70	-		20			10
ОК 01. – ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 1.1. - ПК 1.4.	<b>Учебная практика, часов</b>	36						36		
ОК 01. – ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 1.1. - ПК 1.4.	<b>Экзамен по модулю</b>	18	х		18		-			
	<b>Всего:</b>	<b>214</b>	<b>50</b>	<b>140</b>	<b>18</b>		<b>20</b>	<b>36</b>		<b>20</b>

## 3.2 Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч
1	2	3
<b>МДК 01.01 Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов.</b>		<b>80/20</b>
<b>Раздел 1. Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов.</b>		<b>80/20</b>
<b>Тема 1.1. Сущность и значение анализа целевой аудитории.</b>	<b>Содержание</b>	4
	1. Сущность и значение изучения целевой аудитории. Типы потребителей и модель потребительского поведения.	
	2. Процесс анализа целевой аудитории.	<b>10</b>
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	
	Практическое занятие 1. Определение целевого рынка.	2
	Практическое занятие 2. Подбор инструмента для проведения анализа.	2
	Практическое занятие 3. Определение каналов коммуникации.	2
	Практическое занятие 4. Исследование потребительских предпочтений.	2
<b>Тема 1.2. Комплексное изучение рынка.</b>	Практическое занятие 5. Анализ факторов, влияющих на принятие решения о покупке для различных категорий потребителей.	2
	<b>Содержание учебного материала</b>	8
	1. Роль анализа рынка для бизнеса.	
	2. Виды и методы исследований рынка.	
	3. Структура и показатели анализа рынка.	
	4. Основные этапы проведения исследования рынка.	<b>6</b>
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	
	Практическое занятие 6. Выбор целевого сегмента рынка.	
<b>Тема 1.3 Комплексное изучение конкурентов.</b>	Практическое занятие 7. Определение проблемы организации на рынке.	2
	Практическое занятие 8. Формулирование цели и задач исследования.	2
	<b>Содержание учебного материала</b>	8
	1. Роль анализа конкурентов для бизнеса.	
	2. Этапы и структура исследования конкурентов.	
	3. Методы исследования конкурентов.	
	4. Обработка и преобразование результатов анализа конкурентов.	<b>4</b>
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	

	Практическое занятие 9. Оценка общего уровня внутриотраслевой конкуренции.	2
	Практическое занятие 10. Составление карты конкуренции.	2
<b>Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 1</b>		
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.		
<b>МДК 01.02 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</b>		<b>80/30</b>
<b>Раздел 2. Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.</b>		<b>80/30</b>
<b>Тема 2.1. Сущность рекламных и коммуникационных кампаний</b>	<b>Содержание</b>	20
	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.	
<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>		<b>30</b>
Практическое занятие 1. Определение структуры брифа. Преобразование карточки объекта рекламирования в бриф.		4
Практическое занятие 2. Создание брифа и оценка соответствия его поставленной задаче.		2
Практическое занятие 3. Определение целей рекламной или коммуникационной кампании.		2
Практическое занятие 4. Выбор вида рекламной или коммуникационной кампании.		4
Практическое занятие 5. Определение каналов продвижения торговой марки.		2
Практическое занятие 6. Определение перспективных каналов в интернет-среде.		2
Практическое занятие 7. Разработка рекламных идей.		2

	Практическое занятие 8. Распределение каналов коммуникации на целевую аудиторию. Выделение целевых групп, на которые будут направлены различные мероприятия, акции.	4
	Практическое занятие 9. Определение сроков проведения рекламной или коммуникационной кампании.	2
	Практическое занятие 10. Определение предварительной оценки бюджета.	2
	Практическое занятие 11. Определение способов оценки эффективности исходя из целей кампаний.	4
<b>Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 2</b> 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 методике проведения исследований. Подбор и оформление приложений по теме курсовой работы.		*
<b>Курсовой проект (работа)</b> <b>Тематика курсовых проектов (работ)</b> 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.		20

<ol style="list-style-type: none"> <li>13. Влияние бьюти-блогеров на продвижение косметического бренда.</li> <li>14. Эффективность Product Placement в российском кинопрокате.</li> <li>15. Коммуникационные технологии торговых центров для аудитории.</li> <li>16. Особенности продвижения музея для разных возрастных групп посетителей (18-30; 31-45) на примере.</li> <li>17. Коммуникационная стратегия продвижения спортивных брендов через музыкальное сопровождение на примере.</li> <li>18. Технологии виртуальной и дополненной реальности в рекламе: эффективность при восприятии бренда целевой аудиторией.</li> <li>19. Коммуникационные стратегии продвижения брендов в блогосфере.</li> <li>20. Привлечение медийных личностей как способ продвижения бренда.</li> <li>21. Продвижение бренда банков посредством мобильного приложения.</li> <li>22. Социальные сети как инструмент продвижения мобильных приложений.</li> <li>23. Стратегии продвижения мобильного приложения для сохранения и увеличения вовлечённости.</li> <li>24. Коммуникационные онлайн-стратегии люксовых брендов в России.</li> <li>25. Анализ эффективности product placement в кинематографе на примере среднего и премиум рынков одежды.</li> <li>26. Оценка эффективности рекламных мероприятий.</li> <li>27. Особенности проектирования рекламных кампаний в современных условиях.</li> <li>28. Классификация рекламных кампаний.</li> <li>29. Понятие комплексной рекламной кампании.</li> <li>30. Оценка эффективности рекламных коммуникаций, постановка целей и задач.</li> <li>31. Разработка и передача рекламного обращения.</li> <li>32. Особенности наружной рекламы.</li> <li>33. Разработка рекламной кампании товара.</li> <li>34. Разработка рекламной кампании услуг.</li> <li>35. Разработка рекламной кампании организации.</li> <li>36. Разработка и реализация промоакции.</li> <li>37. Разработка, проведение event мероприятия.</li> </ol>	
<p><b>Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе) (если предусмотрено, указать тематику и(или) назначение, вид (форму) организации учебной деятельности)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Составление плана работы.</li> <li>2. Подбор методической и нормативной литературы.</li> <li>3. Систематизация теоретических сведений.</li> <li>4. Сбор и обработка фактических данных.</li> <li>5. Работа над теоретическим разделом.</li> <li>6. Анализ текущей ситуации предприятия.</li> <li>7. Работа над практическим разделом.</li> <li>8. Написание текста работы.</li> <li>9. Подготовка к защите курсовой работы.</li> <li>10. Защита курсовой работы.</li> </ol>	

<b>Учебная практика по модулю</b> <b>Виды работ</b> – разработка брифа. – проведение первичного анализа рынка.	<b>36</b>
<b>Экзамен по модулю</b>	<b>18</b>
<b>Всего</b>	<b>214</b>

#### **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

Учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, а также для проведения текущего контроля, промежуточной и государственной итоговой аттестации:

Для дисциплины **МДК.01.01 Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов:**

Кабинет «Маркетинговых исследований»

Специализированная мебель:

Стол учительский – 1 шт.;

Стул учительский – 1 шт.;

Стол студенческий двухместный – 10 шт.;

Стулья – 20 шт.;

Шкаф – 3 шт.;

Доска меловая – 1 шт.

Технические средства обучения:

Компьютер преподавателя – 1 шт.;

Мультимедиапроектор – 1 шт.;

Экран с электроприводом – 1 шт.;

Комплект (2 шт.) аудио колонок для воспроизведения аудио файла – 1 шт.;

Принтер – 1 шт.

Для дисциплины **МДК.01.02 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий:**

Кабинет «Дизайна и макетирования рекламной продукции»

Специализированная мебель:

Стол учительский – 1 шт.;

Стул учительский – 1 шт.;

Стол студенческий двухместный – 10 шт.;

Стулья – 20 шт.;

Шкаф – 2 шт.;

Доска меловая – 1 шт.

Технические средства обучения:

Компьютер преподавателя – 1 шт.;

Мультимедиапроектор – 1 шт.;

Экран с электроприводом – 1 шт.;

Комплект (2 шт.) аудио колонок для воспроизведения аудио файла – 1 шт.;

Принтер – 1 шт.

Для дисциплин **МДК.01.01 Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов и МДК.01.02 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий**

Помещение для самостоятельной работы

Библиотека, читальный зал с выходом в интернет

Специализированная мебель:

Стол (учительский) – 1 шт.;

Стул учительский – 1 шт.;

Стол студенческий двухместный – 13 шт.;

Стулья студенческие – 26 шт.;

Компьютеры для студентов – 6 шт.;

Стол компьютерный – 6 шт.;

Стулья – 6 шт.;

Шкаф – 4 шт.;

Доска меловая – 1 шт.

Технические средства обучения:

Мультимедиапроектор – 1 шт.;

Экран – 1 шт.,

Комплект (2 шт.) аудио колонок для воспроизведения аудио файла – 1 компл.,

Компьютер преподавателя – 1 шт.;

Принтер – 1 шт.

#### **4.2. Информационное обеспечение реализации программы**

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.

##### **4.2.1. Основные печатные издания**

1. Барышев А.Ф., Маркетинг, учебник, 6-е издание – М., Академия, 2019г.;
2. Васильев Г.А., Поляков В.А. Рекламный маркетинг, учебное пособие – М., Вузовский учебник, 2020 год;
3. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 431 с.
4. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 383 с.
5. Филипп Котлер, Маркетинг от А до Я, «Альпина Паблишер», 2020г.

##### **4.2.2. Основные электронные издания**

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023.- 233 с. — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511937>
2. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 384 с. — ISBN 978-5-534-14728-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510926>
3. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974>

##### **4.2.3. Дополнительные источники**

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



## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

		<p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей.</li> <li>- объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата;</li> <li>- успешность применения коммуникационных способностей на практике;</li> <li>- соблюдение принципов профессиональной этики;</li> <li>- владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе.</li> </ul>	<p>Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий;</p> <p>Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста;</li> <li>- 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.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;</p> <p>Экспертное наблюдение за выполнением работ.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 07	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности;</li> <li>- определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности;</li> <li>- соблюдение правил эко-</li> </ul>	<p>Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul>

	<p>логической безопасности при ведении профессиональной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определение путей обеспечения ресурсосбережения;</li> <li>- выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях;</li> <li>- соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> <li>- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах;</li> <li>- объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области.</li> </ul>	<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ;</p> <p>Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации;</p> <p>Кейс-метод;</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 1.1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- анализ требований целевых групп потребителей с использованием, средств исследования рынка;</li> <li>- полнота и точность выявления целевых групп;</li> <li>- обоснованность решений при определении метода проведения исследования;</li> <li>- демонстрация умений поиска и применения нормативных документов.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 1.2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- полнота и точность анализа рынка;</li> <li>- демонстрация знаний о характеристиках и составе рекламного рынка;</li> <li>- обоснованность решений при определении метода проведения исследования рынка;</li> <li>- демонстрация умений поиска и применения нормативных документов.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>

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