Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Краюшкина Марина Викторовна
Должность: Исполнительный директор
Дата подписания: 17.08.2026 18:17:35
Уникальный программный ключ:
b60019126a3f15cfd49eff4247dfc09aa2f09f7a

Автономная некоммерческая организация
профессионального образования
«Университетский колледж»

Предметно-цикловая комиссия «Реклама»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01 ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

программы подготовки специалистов среднего звена

по специальности 42.02.01 Реклама
(код и наименования специальности)
по программе базовой подготовки

Москва, 2025

Рабочая программа профессионального модуля составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, Положение о разработке рабочих программ учебных дисциплин, профессиональных модулей по специальностям среднего профессионального образования

Организация-разработчик:

Автономная некоммерческая организация профессионального образования «Университетский колледж» (АНО ПО «Университетский колледж»)

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Общая характеристика

1.1. Цель и место профессионального модуля «ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» в структуре образовательной программы.

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля.....

2. Структура и содержание профессионального модуля

2.1. Трудоемкость освоения модуля .....

2.2. Структура профессионального модуля .....

2.3. Примерное содержание профессионального модуля.....

2.4. Курсовой проект (работа) (для специальностей СПО, если предусмотрено) .....

3. Условия реализации профессионального модуля

3.1. Материально-техническое обеспечение.....

3.2. Учебно-методическое обеспечение .....

4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля

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.

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

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	**Умения:**
		определять задачи для поиска информации
		определять необходимые источники информации

	интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	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	61	90
Курсовая работа (проект)	20	20
Самостоятельная работа	-	-
Практика, в т.ч.:	108	108
учебная	*36*	36
производственная	*72*	72
Промежуточная аттестация	9	-
Всего	**198**	**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	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**	**44**	**80**	36	-	**-**		
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	**100**	**46**	**100**	**25**	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	**72**	**72**						**72**
	Промежуточная аттестация	**9**							
	Всего:	***297***	**198**	***180***	***61***	***20***	**-**	**36**	**72**

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 (100)	
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 9
Всего 306

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

Кабинет Общепрофессиональных дисциплин и МДК:

- рабочее место преподавателя - 1шт.;
- столы ученические - 14 шт.;
- стулья ученические -28 шт.;
- маркерная доска - 1 шт.;
- компьютер - 1 шт.;
- проектор - 1 шт.;
- доска для проектора - 1 шт.;
- наглядные пособия - 28 шт.;
- комплекты учебно-методической документации по дисциплинам - 28 шт.;
- шкаф для хранения учебных материалов - 1 шт.

Лаборатория цифровых коммуникационных технологий:

- рабочее место преподавателя - 1 шт.;
- автоматизированные рабочие места обучающихся - 12 шт.;
- маркерная доска - 1 шт.;
- проектор и экран - 1 шт.;
- доска для проектора - 1 шт.;
- принтер RICOH SP 220 - 1 шт.;
- МФУ DCP Brother LTR A4 -1 шт.;
- МФУ HP Laser Jet MFP M436n - 1 шт.;
- справочно-правовая система «Консультант Плюс» - 12 шт.;
- графические редакторы и программы для просмотра графических изображений - 12 шт.

Мастерская веб- дизайн и разработка:

- рабочее место преподавателя - 1 шт.;
- автоматизированные рабочие места обучающихся - 12 шт.;
- маркерная доска - 1 шт.;
- проектор и экран - 1 шт.;
- доска для проектора - 1 шт.;
- принтер RICOH SP 220 - 1 шт.;
- МФУ DCP Brother LTR A4 -1 шт.;
- МФУ HP Laser Jet MFP M436n - 1 шт.;

- графические редакторы и программы для просмотра графических изображений - 12 шт.;
- наглядные пособия - 12 шт.

Мастерская программные решения для бизнеса:
- рабочее место преподавателя - 1 шт.;
- автоматизированные рабочие места обучающихся - 12 шт.;
- маркерная доска - 1 шт.;
- проектор и экран - 1 шт.;
- доска для проектора - 1 шт.;
- наглядные пособия - 12 шт.

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. 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
2. 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
3. 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
4. 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
5. 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]. —

3.2.2. Дополнительные источники

1. Михалева, Е. П. Маркетинг : учебник для среднего профессионального образования / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 225 с. —

(Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21747-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/582491

2. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 386 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16504-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/586638

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

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

5. Журнал "Практика Рекламы"

6. Журнал "Рекламные идеи"

7. Журнал "Мир этикетки"

8. Журнал "Лаборатория рекламы"

9. Журнал «Со-Общение»

10. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования»

11. Журнал “Маркетинг Менеджмент”

12. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»

13. 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[1]
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	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных

[1] 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.

	рекламного рынка; - обоснованность решений при определении метода проведения исследования рынка; - демонстрация умений поиска и применения нормативных документов.	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);	Устные выступления с Презентацией Защита проектов

	- 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.	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;	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление

	- 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.	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.