

Автономная некоммерческая организация
профессиональная образовательная организация
"Московский колледж деловой карьеры"
(АНО ПОО «МКДК»)



УТВЕРЖДАЮ

Директор АНО ПОО «МКДК»

Л.В.Неврова

«06» марта 2026 г.

РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ

профессионального цикла

программа подготовки специалистов среднего звена

по специальности:

42.02.01 Реклама

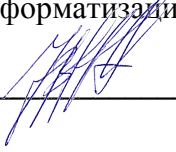
квалификация выпускника: специалист по рекламе

форма обучения - очная

на базе основного общего образования

срок обучения 2 г. 10 мес.

**Москва,
2026**

ОДОБРЕНА Предметной (цикловой) комиссией «Общеобразовательного и социально-гуманитарного цикла» Протокол № 7 от «06» марта 2026 года	Разработана на основе примерной образовательной программы (далее – ПОП) по специальности разработанной в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности
Председатель П(Ц)К  Н.Ю. Кварцхава	Заместитель директора по учебной работе и информатизации  В.Н. Никифоров

Организация разработчик: Автономная некоммерческая организация
Профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой
карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

Рабочая программа утверждена на заседании Педагогического совета
протоколом № 5 от «06» марта 2026 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Специальность: 42.02.01 Реклама

Москва, 2026

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Министерства просвещения России от 21.07.2023 № 552 (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2023 № 7498).

Организация-разработчик: Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	15
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	17

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности «проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» и соответствующие ему общие и профессиональные компетенции.

1.1.1. Перечень общих компетенций

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

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 1	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта.
ПК 1.1.	Определение целевой аудитории и целевых групп.
ПК 1.2.	Проведение анализа объема рынка.
ПК 1.3.	Проведение анализа конкурентов.
ПК 1.4.	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	определение целевой аудитории и целевых групп; проведение анализа объема рынка; проведение анализа конкурентов; определять и оформлять цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам; использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации
---------------------	---

	информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности; планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях; эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде; осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста; содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях; пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках
Уметь	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; производить качественные аналитические исследования рынка; производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи; преобразовывать требования заказчика в бриф; распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; 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); определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач;

	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; определять источники финансирования; организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности; грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе; соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства; организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона; понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы
Знать	способы 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; методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития; отраслевую терминологию; методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; основ маркетинга; принципов выбора каналов коммуникации; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий; важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач;

порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности; номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств; содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности; особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений; правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности; пути обеспечения ресурсосбережения; принципы бережливого производства; основные направления изменения климатических условий региона; правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности.
--

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов – 248,

в том числе в форме практической подготовки – 138.

Из них:

на освоение МДК – 136,

в том числе самостоятельная работа – 20,

практики, в том числе учебная – 36,

производственная – 36.

Промежуточная аттестация – 20.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Обучение по МДК					Практики	
				Всего	В том числе				Учебная	Производственная
					Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	МДК 01.01 Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	80	32	80	32	-	16			
	МДК 01.02 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	76	34	76	34	20	4			
	Учебная практика	36	36						36	
	Производственная практика	36	36							36
	Промежуточная аттестация	20						20		
	Всего:	248	138	156	66	20	20	20	36	36

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

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
3 СЕМЕСТР		
МДК 01.01 Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов		80
Тема 1.1. Сущность и значение анализа целевой аудитории	Содержание	6
	Сущность и значение изучения целевой аудитории. Типы потребителей и модель потребительского поведения. Процесс анализа целевой аудитории.	
	Профессионально-ориентированное содержание	
	Практические занятия	10
	Практическое занятие 1. Определение целевого рынка. Подбор инструмента для проведения анализа.	2
	Практическое занятие 2. Определение каналов коммуникации. Исследование потребительских предпочтений.	2
	Практическое занятие 3. Анализ факторов, влияющих на принятие решения о покупке для различных категорий потребителей. Анализ факторов, влияющих на принятие решения о покупке в организации.	2
	Практическое занятие 4. Сегментирование целевой аудитории.	2
	Практическое занятие 5. Определение портрета целевой аудитории .	2
Тема 1.2. Комплексное изучение рынка	Содержание	12
	Роль анализа рынка для бизнеса. Виды и методы исследований рынка. Структура и показатели анализа рынка. Основные этапы проведения исследования рынка.	
	Профессионально-ориентированное содержание	
	Практические занятия	
	Практическое занятие 6. Выбор целевого сегмента рынка. Определение проблемы организации	2

	на рынке.		
	Практическое занятие 7. Формулирование цели и задач исследования. Составление плана проведения исследования рынка.	2	
	Практическое занятие 8. Определение источников для сбора необходимой информации.	2	
	Практическое занятие 9. Составление SWOT-анализа предприятия.	2	
	Практическое занятие 10. Составление PEST-анализа предприятия.	2	
	Практическое занятие 11. Проведение ситуационного анализа рынка. Выявление тенденций рынка.	2	
Тема 1.3. Комплексное изучение конкурентов	Содержание учебного материала	12	
	Роль анализа конкурентов для бизнеса. Этапы и структура исследования конкурентов. Методы исследования конкурентов. Обработка и преобразование результатов анализа конкурентов.		
	Профессионально-ориентированное содержание		10
	Практические занятия		
	Практическое занятие 12. Оценка общего уровня внутриотраслевой конкуренции. Составление карты конкуренции.	2	
	Практическое занятие 13. Проведение сравнительного анализа конкурентов.	2	
	Практическое занятие 14. Проведение сравнительного анализа ценовой политики конкурентов.	2	
	Практическое занятие 15. Проведение сравнительного анализа дистрибуции продукта конкурентов.	2	
	Практическое занятие 16. Определение позиционирования всех участников на рынке. Оценка методов продвижения конкурентов.	2	
	Комплексный дифференцированный зачет		2
Самостоятельная работа		16	
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.	
4 СЕМЕСТР		
МДК 01.02 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		76
Тема 2.1. Сущность рекламных и коммуникационных кампаний	Содержание	16
	Понятие брифа, виды брифов.	
	Понятие и цели рекламных и коммуникационных кампаний.	
	Основные виды рекламных и коммуникационных кампаний, и их задачи.	
	Классификация рекламных и коммуникационных кампаний.	
	Теоретические принципы организации рекламной и коммуникационной кампаний.	
	Характеристика составляющих элементов рекламной кампании: проведение исследований рынка, формирование концепции рекламной кампании, разработка медиаплана, реализация кампании, определение эффективности кампании.	
	Оценка эффективности рекламных мероприятий.	
	Методы определения эффективности: предтестирование, тестирование, посттестирование в рекламе.	
	Виды коммуникационных каналов.	
	Критерии экономической и коммуникативной эффективности в рекламе.	
	Профессионально-ориентированное содержание	34
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	
	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.	4
	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	4

	кампаний.	
Курсовая работа Виды работ: 1. Выбор темы курсовой работы, формулировка актуальности исследования, определение цели, постановка задач. 2. Подбор источников литературы, проверка актуальности, предлагаемой в них информации, составление библиографического списка и плана курсовой работы. 3. Теоретический анализ источников литературы, определение понятийного аппарата. 4. Систематизация собранного материала. 5. Написание введения курсовой работы. Формулировка актуальности, цели, задач, объекта, предмета, методов предстоящего исследования. 6. Обобщение теоретических аспектов по проблеме исследования в главе первой курсовой работы. 7. Оформление результатов практических исследований в главе второй курсовой работы. 8. Подбор и оформление приложений по теме курсовой работы. 9. Составление заключения курсовой работы, содержащее выводы и предложения по результатам проведенных исследований. 10. Защита курсовой работы.		20
Дифференцированный зачет		2
Самостоятельная работа 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.		4
Тематика курсовых 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.	

Учебная практика Виды работ: 1. Анализ рынка для бизнеса. 2. Анализ целевой аудитории. 3. Определение видов и методов исследований рынка. 4. Определение каналов коммуникации. 5. Определение основных этапов проведения исследования рынка. 6. Определение цели проекта, сроков реализации, бюджет, выделенного на реализацию проекта. Описания целевой аудитории, в соответствии с заданием и законом «О рекламе». 7. Проведение ситуационного анализа рынка. Выявление тенденций рынка.	36
Производственная практика Виды работ: 1. Анализ состава рынка. 2. Подготовка плана проведения рекламной кампании. 3. Проведение сегментирования на рынке. 4. Разработка ключевых рекламных решений. 5. Разработка плана проведения исследований потребителей. 6. Разработка средств продвижения рекламы в средствах массовой информации и обоснование этих решений.	36
Консультации	2
Промежуточная аттестация (экзамен по модулю)	18
Всего по профессиональному модулю	248

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Кабинет «Маркетинговых исследований и стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний», оснащенный в соответствии с п 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п 6.1.2.4 примерной образовательной программы по специальности.

3.2. 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.

3.2.1. Основные печатные издания

1. Барышев А.Ф., Маркетинг, учебник, 6-е издание – М., Академия, 2021г.

2. Васильев Г.А., Поляков В.А. Рекламный маркетинг, учебное пособие – М., Вузовский учебник, 2020г.

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, 2021г. – 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, 2021г. – 383 с.

5. Филипп Котлер, Маркетинг от А до Я, «Альпина Паблишер», 2020г.

3.2.2. 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>.

3.2.3. 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.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
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. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Выполнение и защита курсовой работы. Дифференцированный зачет. Экзамен 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	Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Кейс-задачи. Защита проекта. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Выполнение и защита курсовой работы. Дифференцированный зачет. Экзамен 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	Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Кейс-задачи. Защита проекта. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Выполнение и защита курсовой работы.

		Дифференцированный зачет. Экзамен 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 выполнения практических работ. Кейс-задачи. Защита проекта. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Выполнение и защита курсовой работы. Дифференцированный зачет. Экзамен 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 самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста	Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Кейс-задачи. Защита проекта. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Выполнение и защита курсовой работы. Дифференцированный зачет. Экзамен 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	Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Кейс-задачи. Защита проекта. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Выполнение и защита курсовой работы. Дифференцированный зачет. Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения

	обеспечения ресурсосбережения; - выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях; - соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса	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 выполнения практических работ. Кейс-задачи. Защита проекта. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Выполнение и защита курсовой работы. Дифференцированный зачет. Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
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	Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Кейс-задачи. Защита проекта. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Выполнение и защита курсовой работы. Дифференцированный зачет. Экзамен 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	Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Кейс-задачи. Защита проекта. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Выполнение и защита курсовой работы. Дифференцированный зачет.

	и применения нормативных документов	Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 1.3	- способность осуществлять сбор, систематизацию, обработку, стратегический анализ и оценку конкурентной среды	Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Кейс-задачи. Защита проекта. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Выполнение и защита курсовой работы. Дифференцированный зачет. Экзамен 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	Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Кейс-задачи. Защита проекта. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Выполнение и защита курсовой работы. Дифференцированный зачет. Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Специальность: 42.02.01 Реклама

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Министерства просвещения России от 21.07.2023 № 552 (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2023 № 7498).

Организация-разработчик: Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	12
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	14

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности «разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» и соответствующие ему общие компетенции, и профессиональные компетенции.

1.1.1. Перечень общих компетенций

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

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

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

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	планирования системы маркетинговых коммуникаций; разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
Уметь	– определять бизнес-цели заказчика, маркетинговые цели заказчика, коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании; – определять и формулировать цели рекламной/коммуникационной

	кампании; – определять и формулировать задачи рекламной/коммуникационной кампании; – уметь составлять активационный план коммуникационной стратегии, бюджет и медиаплан рекламной/коммуникационной кампании; – составлять брифы, необходимые для стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний; – пользоваться профессиональным глоссарием
Знать	- систему маркетинговых коммуникаций; - инструменты маркетинговых коммуникаций; - методику стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний; - виды стратегий: бизнес-стратегию, маркетинговую стратегию, коммуникационную стратегию, медиа стратегию; - способы и приемы коммуникации с заказчиком в процессе брифования; - систему брифов в стратегическом и тактическом планировании рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; - логику и структуру плана активации коммуникационной стратегии; - логику и структуру медиаплана; - методы и способы поиска рекламной идеи; - методы и способы бюджетирования, и способы оценки эффективности рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; - профессиональный глоссарий

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов – 264,

в том числе в форме практической подготовки – 140.

Из них:

на освоение МДК – 172,

в том числе самостоятельная работа – 36,

практики, в том числе учебная – 36,

производственная – 36.

Промежуточная аттестация – 20.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Обучение по МДК					Практики	
				Всего	В том числе				Учебная	Производственная
					Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 2.1, ПК 2.2 ОК0 1 - ОК0 5, ОК0 7, ОК0 9	МДК 02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	72	32	72	32	-	8			
	МДК 02.02 Формат предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	100	36	100	36	-	28			
	Учебная практика	36	36						36	
	Производственная практика	36	36							36
	Промежуточная аттестация	20						20		
	Всего:	264	140	172	68	-	36	20	36	36

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч. / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч.
1	2	3
3 СЕМЕСТР		
МДК 02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		72
Введение в курс		2
Тема 1.1. Логика и ключевые этапы процесса стратегического планирования	Содержание	8
	Анализ и уточнение бизнес-стратегии заказчика.	
	Анализ/разработка и корректировка маркетинговой стратегии заказчика.	
	Коммуникационная стратегия кампании.	
	Бюджет и оценка эффективности рекламной и коммуникационной кампании.	
	Профессионально-ориентированное содержание	8
	Практические занятия	
	Практическое занятие 1. Анализ и корректировка маркетинговой стратегии предприятия.	4
	Практическое занятие 2. Создание коммуникационной стратегии предприятия.	4
Тема 1.2. Структура и этапы создания стратегического брифа (часть 1)	Содержание	10
	Перевод бизнес и маркетинговых целей заказчика в коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании.	
	Определение и создание целей рекламной/коммуникационной кампании.	
	Создание портрета целевой аудитории.	
	Определение позиционирования товара/услуги и поиск инсайта целевой аудитории.	
	Основное обещание бренда/рекламодателя конечному потребителю.	
	Профессионально-ориентированное содержание	10
	Практические занятия	
	Практическое занятие 3. Разработка рекламной/коммуникационной кампании заказчика (часть 1).	10

Тема 1.3. Структура и этапы создания стратегического брифа (часть 2)	Содержание	10	
	Основное обращение к целевой аудитории рекламной/коммуникационной кампании (key message). Основные способы поиска рекламной идеи. Обоснование и выбор каналов коммуникации. Бюджетирование рекламной/коммуникационной кампании. Определение основных показателей эффективности рекламной/коммуникационной кампании и этапов ее мониторинга.		
	Профессионально-ориентированное содержание		14
	Практические занятия		
	Практическое занятие 4. Разработка рекламной/коммуникационной кампании заказчика (часть 2).	14	
Комплексный дифференцированный зачет		2	
Самостоятельная работа		8	
Логика и ключевые этапы процесса стратегического планирования. Структура создания стратегического брифа. Этапы создания стратегического брифа.			
4 СЕМЕСТР			
МДК 02.02 Формат предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		100	
Тема 2.1. Основные продукты работы стратега в рекламном агентстве	Содержание	28	
	Рекламная стратегия и её роль в маркетинге. Роль стратега в организации. Стратегический/креативный бриф. Коммуникационная стратегия и её виды. Активационный план коммуникационной стратегии. Содержание рекламной стратегии. Соответствие рекламной стратегии маркетинговой стратегии. Достижение желаемого целевого поведения потребителей. Влияние на стратегические показатели деятельности организации. Целесообразность выбора каналов коммуникации. Результативность рекламной коммуникации. Степень выполнения технических и рекламных KPI. Ошибки при разработке рекламной стратегии.		

	Профессионально-ориентированное содержание	18
	Практические занятия	
	Практическое занятие 1. Стратегии – презентации.	2
	Практическое занятие 2. Стратегии – манипуляции.	2
	Практическое занятие 3. Стратегии – конвенции.	2
	Практическое занятие 4. Кейсы удачных и неудачных коммуникационных стратегий.	2
	Практическое занятие 5. Разработка коммуникационных стратегий.	2
	Практическое занятие 6. Определение коммуникационной идеи.	2
	Практическое занятие 7. Выбор каналов и инструментов.	2
	Практическое занятие 8. Соответствие рекламной и маркетинговой стратегии.	2
	Практическое занятие 9. Ошибочные стратегии. Обновление стратегии.	2
	Тема 2.2. Презентация продуктов работы стратега	Содержание
Предъявление продуктов стратега.		
Содержание презентации рекламной стратегии.		
Проведение презентаций и брифингов.		18
Профессионально-ориентированное содержание		
Практические занятия		2
Практическое занятие 10. Создание карты стратегии.		
Практическое занятие 11. Драйверы стратегии (движущие силы).		
Практическое занятие 12. Результаты стратегии.		
Практическое занятие 13 . Разбивка на подцели.		
Практическое занятие 14. Обзорная карта стратегии.		
Практическое занятие 15. Шаблон стратегической презентации.		
Практическое занятие 16. Презентация стратегии в формате одной страницы.		
Практическое занятие 17. Программы для создания презентаций.		
Практическое занятие 18. Проведение презентаций и брифингов.		
Дифференцированный зачет		2
Самостоятельная работа		28
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.	36

Производственная 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.	36
Консультации	2
Промежуточная аттестация (экзамен по модулю)	18
Всего по профессиональному модулю	264

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Кабинет «Маркетинговых исследований и стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2.5 примерной образовательной программы по специальности.

3.2. 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.

3.2.1. Основные печатные издания

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. 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>.

3. 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>.

3.2.2. Дополнительные источники

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

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

3.2.3. Нормативные документы

1. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями).

2.2.4. Периодические издания

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

2. 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.

3.2.4. Интернет-ресурсы

1. Сайт "Advertology.ru": www.advertology.ru/.

2. Ассоциация коммуникационных агентств России:
<http://www.akarussia.ru/>.

3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение:
<http://www.iaa.ru/>.

4. Рекламный сайт "Advertising.ru": <http://www.advertising.ru>.

5. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/.

6. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru.

7. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>.

8. Сайт о рекламном рынке adindex.ru.

9. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru.

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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	- 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. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен 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	Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Кейс - задачи. Защита проекта. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен 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.

		Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен 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 выполнения практических работ. Кейс - задачи. Защита проекта. Зачет Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен 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 самостоятельности 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. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен 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	Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности. Результаты выполнения индивидуальных домашних

	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	заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен 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. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики
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. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет Экзамен 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;	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий.

	- соответствие планов установленным форматам; - убедительность аргументации; - понимание стратегической направленности	Дифференцированный зачет Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
--	--	---

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет
средствами цифровых коммуникационных технологий**

Специальность: 42.02.01 Реклама

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Министерства просвещения России от 21.07.2023 № 552 (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2023 № 7498).

Организация-разработчик: Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	12
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	14

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности «продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции.

1.1.1. Перечень общих компетенций

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

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 3	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий.
ПК 3.1	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 3.3	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	выявления основных и второстепенных конкурентов; проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды; проведения качественных аналитических исследований рынка; выявления основных и второстепенных конкурентов; планирования системы маркетинговых коммуникаций; разработки стратегии маркетинговых коммуникаций; выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; структуры и базовых принципов рекламного сообщения
Уметь	производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; производить качественные аналитические исследования рынка; уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые

	исследования, определять их задачи; преобразовывать требования заказчика в бриф; определять ключевые цели рекламной кампании; разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; использовать поисковые системы интернета
Знать	способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентно среды; методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития; методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; методики рекламного планирования; важность учета пожеланий заказчика при разработке, при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов – 317,

в том числе в форме практической подготовки – 198.

Из них:

на освоение МДК – 198,

в том числе самостоятельная работа – 34,

практики, в том числе учебная – 36,

производственная – 72.

Промежуточная аттестация – 11.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Обучение по МДК					Практики	
				Всего	В том числе				Учебная	Производственная
					Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация		
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>
ОК 01 - ОК 03 ПК 3.1 – ПК 3.3	МДК 03.01 Стратегия продвижения бренда в сети Интернет	88	46	88	46	-	12			
	МДК 03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	110	44	110	44	-	22			
	Учебная практика	36	36						36	
	Производственная практика	72	72							72
	Промежуточная аттестация	11						11		
	Всего:	317	198	198	90	-	34	11	36	72

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся	Объем, акад. ч. / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч.
1	2	3
5 СЕМЕСТР		
МДК 03.01 Стратегия продвижения бренда в сети Интернет		88
Тема 1.1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете	Содержание	10
	Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории.	
	Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз.	
	Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в интернете.	
	Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда.	
	Размещение контекстно-медийных объявлений в сети интернет.	
	Проведение аналитической справки конкурентов для реализации стратегии продвижения.	26
	Разработка инструментов коммуникации в социальных сетях.	
	Профессионально-ориентированное содержание	4
	Практические занятия	
	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.	4	
Практическое занятие 7. Расчет стоимости перехода клиента. Формирование KPI.	2	
Практическое занятие 8. Составить бриф на разработку РК для таргетированной рекламы.	2	
Контрольная работа		2
Самостоятельная работа		6
Сайт и инструменты аналитики.		

SEO – поисковая оптимизация. SMM как инструмент интернет-маркетинга.			
Итого за 5 семестр		44	
6 СЕМЕСТР			
Тема 1.2. Проведение подготовительных работ для контекстно- медийного продвижения в интернете	Содержание	16	
	Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в интернете. Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов по контекстно-медийной стратегии продвижения в интернете. SEO. РСЯ. Email-маркетинг. Проведение работ по реализации стратегии продвижения в интернете. Классификация рекламы. SMM. Каналы распространения email-рассылки. Согласование показателей эффективности и бюджета продвижения с заказчиком. Системы управления интернет-рекламой.		
	Профессионально-ориентированное содержание		20
	Практические занятия		
	Практическое занятие 9. Создать контент стратегию для личного бренда.		2
	Практическое занятие 10. Провести исследование системы веб-аналитики. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».		2
	Практическое занятие 11. Выявить более качественный инструмент в развитии сайта и онлайн-продвижения.	2	
	Практическое занятие 12. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».	2	
	Практическое занятие 13. Создать тематическое сообщество. Наполнить контентом.	2	
	Практическое занятие 14. Определить влияние таргетированной рекламы на целевую аудиторию	2	
	Практическое занятие 15. Проанализировать, где лучше всего применяется email-маркетинг.	4	
	Практическое занятие 16. Собрать базу подписчиков при помощи email-маркетинга	4	
	Дифференцированный зачет		2
Самостоятельная работа		6	
Основы разработки стратегии проведения рекламной кампании в социальных сетях. Специфика настройки таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество. Методы расчёта стоимости перехода клиента. Назвать основы формирования KPI.			
Итого за 6 семестр			44

5 СЕМЕСТР			
МДК 03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях		110	
Тема 2.1. Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа	Содержание	22	
	Web Analytics - аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде. Принципы и практики реализации контекстной рекламы. Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта. Преимущества и недостатки отдельных форматов медийной рекламы; цели использования рекламодателями. Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга. Алгоритмы и результаты поискового продвижения.		
	Профессионально-ориентированное содержание		24
	Практические занятия		
	Практическое занятие 1. Использование методов проведения анализа эффективности маркетинговой активности в сети «Интернет».		4
	Практическое занятие 2. Создание email-рассылок: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические и ссылочные.		2
	Практическое занятие 3. Внедрение основными инструментами для оценки эффективности рекламной кампании.		2
	Практическое занятие 4. Разработка контентной составляющей для личного бренда.	2	
	Практическое занятие 5. Оценка эффективности продвижения рекламного агентства.	2	
	Практическое занятие 6. Стоимость одного подписчика. Конверсия сайта через таргет.	4	
	Практическое занятие 7. Выбор цели для настройки. 12 категорий Вконтакте. Создание тестового режима a/b тестирования. Создание креативов для рекламы.	2	
	Практическое занятие 8. Проанализировать внешнюю и внутреннюю оптимизации.	2	
	Практическое занятие 9. Оптимизация meta-информации страницы.	4	
	Практическое занятие 10. Составить продающую цепочку для чат-бота.	4	
Контрольная работа		2	
Самостоятельная работа		8	
Понятие и процессы маркетинговых коммуникаций. Виды маркетинговых коммуникаций и их классификация. Интегрированные маркетинговые коммуникации.			

Итого за 5 семестр		56	
6 СЕМЕСТР			
Тема 2.2. Управление реализацией стратегии интернет-продвижения	Содержание	18	
	Технологии привлечения посетителей на сайт. Области и стратегии применения цифрового маркетинга. Этапы осуществления компаний. Формулирование целей цифрового маркетинга для компаний. E-mail- и вирусный маркетинг. Инструменты и методы цифрового маркетинга. Поведенческий таргетинг, матрица потребности.		
	Профессионально-ориентированное содержание	20	
	Практические занятия		
	Практическое занятие 11. Разработка уникального торгового предложения.	2	
	Практическое занятие 12. Продвижение нового товара с применением современных маркетинговых инструментов.	2	
	Практическое занятие 13. Визуальное оформление контента для личного бренда.	2	
	Практическое занятие 14. Разработать концепцию и план проведения рекламной и/или PR компании.	2	
	Практическое занятие 15. Swot анализ и Pest анализ компании.	2	
	Практическое занятие 16. Позиционирование бренда. Платформа.	2	
	Практическое занятие 17. Алгоритмы поисковых систем и соц. сетей.	2	
	Практическое занятие 18. Воронка продаж. Скрипт коммерческого предложения.	2	
	Практическое занятие 19. Проведение рекламных кампаний в социальных медиа.	2	
	Практическое занятие 20. Анализ трафика на веб-сайт.	2	
Дифференцированный зачет		2	
Самостоятельная работа		14	
Значение социальных сетей в интернет-маркетинге. Инструменты продвижения в социальных сетях. Возможности рекламы в социальных сетях. Этапы продвижения в социальных сетях. E-MAIL маркетинг и продвижение в мессенджерах. Анализ данных и веб-аналитика.			
Итого за 6 семестр			
			54

Учебная практика Виды работ: 1. Запуск стандартных таргетингов и медийной рекламы. 2. Маркировка интернет-рекламы. 3. Медиапланирование. 4. Проектирование сайтов и посадочных страниц. 5. Проектирование сообществ в социальной сети ВКонтакте. 6. Проработка аудитории и офферов. 7. Проработка воронки продаж. 8. Работа с брифом и анализ конкурентов. 9. Работа с оператором рекламных данных.	36
Производственная практика Виды работ: 1. Анализ целевой аудитории. 2. Запуск сообществ в социальной сети ВКонтакте. 3. Запуск сообщества в мессенджере. 4. Настройка систем веб-аналитики. 5. Проработка позиционирования, УТП, оффера. 6. Работа с конверсионными элементами сайта. 7. Распространение контента на внутренних и внешних ресурсах. 8. Создание и редактирование сайтов и посадочных страниц. 9. Создание рекламных кампаний в Яндекс Директе.	72
Консультации	2
Промежуточная аттестация (экзамен по модулю)	9
Всего	317

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Кабинет «Маркетинговых исследований», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2.4 примерной образовательной программы по специальности.

3.2. 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.

3.2.1. Основные печатные издания

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 352 с.

2. Алексеева, Н. В. Методы повышения эффективности продаж на основе аналитических компонентов интернет-маркетинга / Н. В. Алексеева, Н. В. Казакова, М. В. Сазонова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. – 2019. – № 1. – С. 8-15.

3. Богданова, С. В. Особенности интернет-маркетинга в России / С. В. Богданова // Социально-экономическое развитие региона: состояние, проблемы, перспективы: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции, Ставрополь, 31 января 2019 года. – Ставрополь: Издательство «АГРУС», 2019. – С. 65-69.

4. Борисов, А. А. Методические подходы в интернет-маркетинге. Основные метрики и показатели эффективности рекламной кампании / А. А. Борисов // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – № 2-1. – С. 49-52.

5. Винарский, Я. С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение: практическое пособие / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 269 с.

6. Волохов, А. А. Каналы коммуникации с потребителями в интернете / А. А. Волохов // Путеводитель предпринимателя. – 2019. – № 42. – С. 67-72.

7. Гончаров, В. Н. Использование интернет-технологий в маркетинге / В. Н. Гончаров, Е. В. Курипченко // Менеджер. – 2020. – № 3(93). – С. 181-187.

8. Горнштейн, М. Ю. Современный маркетинг / М. Ю. Горнштейн. – 2-е изд. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. – 404 с.

9. Горохов, М. М. Интернет-маркетинг: стратегия и виды / М. М. Горохов, Д. Е. Докучаев, А. Д. Трефилова // Социально-экономическое управление: теория и практика. – 2019. – № 1(36). – С. 21-24.

10. 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

Интернет-ресурсы:

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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	- 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. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен 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. Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен 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. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет.

		Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
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. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен 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. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен 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. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Специальность: 42.02.01 Реклама

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Министерства просвещения России от 21.07.2023 № 552 (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2023 № 7498).

Организация-разработчик: Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	18
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	21

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности «создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции.

1.1.1. Перечень общих компетенций

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

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

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

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	- подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); - поиска и подбора оригинального нейма и слогана; - определения оригинальной идеи для рекламной кампании; - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК; - оформления текстовых и графических документов; - оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; - создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы
Уметь	- 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; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность / оригинальность; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное 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
Знать	- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - технические средства создания визуального контента; - возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; - структуру брифа и требования к нему; - важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; - требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов – 325,

в том числе в форме практической подготовки – 186.

Из них:

на освоение МДК – 206,

в том числе самостоятельная работа – 36,

практики, в том числе учебная – 72,

производственная – 36.
Промежуточная аттестация – 11.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональн ых общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Обучение по МДК					Практики	
				Всего	В том числе					
	Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятел ьная работа		Промеж уточная аттестаци я	Учебная	Производств енная			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 4.1 – ПК 4.2 ОК 01 – ОК 06; ОК 09	МДК 04.01 Разработка творческих рекламных решений	90	32	90	32	20	8			
	МДК 04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	116	46	116	46	-	28			
	Учебная практика	72	72						72	
	Производственная практика	36	36							36
	Промежуточная аттестация	11						11		
	Всего:	325	186	206	78	20	36	11	72	36

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа	Объем, акад. ч. / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч.	
1	2	3	
5 СЕМЕСТР			
МДК 04.01 Разработка творческих рекламных решений		90	
Раздел 1. Система корпоративной идентичности в рекламной деятельности		32	
Тема 1.1. Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы	Содержание	10	
	Понятие системы корпоративной идентичности, фирменного стиля, бренд айдентики. Бренд-айдентика и корпоративная айдентика. Брендбук, гайдлайн, логобук. Основные функции системы корпоративной идентичности. Влияние системы корпоративной идентичности на эффективность рекламной коммуникации. Основные элементы системы корпоративной идентичности. Методика разработки шрифтового логотипа. Виды визуальных знаков. Методика разработки графического знака. Причины и способы изменения корпоративной айдентики. Редизайн, рестайлинг, ребрендинг. Носители корпоративной идентичности: деловая документация, корпоративная одежда и транспорт, сувенирная продукция.		
	Профессионально-ориентированное содержание		14
	Практические занятия		
	Практическое занятие 1. Разработка шрифтового логотипа и графического фирменного знака.		
	Практическое занятие 2. Формирование системы корпоративной идентичности.	2	
	Практическое занятие 3. Разработка комплекса носителей корпоративного стиля.	4	
	Практическое занятие 4. Проведение анализа, формирование ключевого рекламного решения.	4	
	Контрольная работа		2
Самостоятельная работа		6	
1. Имидж и его роль в деловой жизни.			
2. Корпоративный имидж – имидж организации.			
3. Корпоративная репутация в системе имиджирования.			
4. Корпоративная философия.			
Итого за 5 семестр		32	

6 СЕМЕСТР		
Раздел 2. Рекламное проектирование		24
Тема 2.1. Рекламное проектирование	Содержание	6
	Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual.	
	Рекламный текст и копирайтинг. Прием литературного тропа в создании креативной рекламы. Виды тропов.	
	Работа с заказчиком. Заполнение и утверждение брифа. Бриф, дебриф, креативный бриф.	
	Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual.	
	Профессионально-ориентированное содержание	6
	Практические занятия	
Тема 2.2. Проектирование печатной рекламы	Практическое занятие 5. Создание инсайта, разработка рекламного текста.	2
	Практическое занятие 6. Создание ключевого визуального образа (Key visual). Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения нового товара на рынок.	4
	Содержание	4
	Проектирование печатной рекламы. Виды печатной рекламы. Технологии печатной рекламы.	
	Проектирование BTL-рекламы. Виды POSM.	
	Виды рекламы для сопровождения экспозиционной деятельности.	
	Профессионально-ориентированное содержание	2
	Практические занятия	
Тема 2.3. Проектирование рекламы в онлайн среде	Практическое занятие 7. Разработка комплекса POSM	2
	Содержание	
	Основные виды рекламных носителей в онлайн-среде. Типы и структура сайтов.	
	Контекстная и таргетированная реклама. Виды интернет-баннеров.	4
	Профессионально-ориентированное содержание	
	Практические занятия	
	Практическое занятие 8. Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения в онлайн среде.	

Раздел 3. Проектирование рекламного комплекса		34
Тема 3.1. Проектирование наружной рекламы	Содержание	2
	Виды наружной рекламы, конструктивные особенности, технологии создания.	
	Профессионально-ориентированное содержание	4
	Практические занятия	
	Практическое занятие 9. Разработка комплекса и серии креативной наружной рекламы.	
Тема 3.2. Проектирование транзитной рекламы	Содержание	2
	Виды транзитной рекламы	2
	Профессионально-ориентированное содержание	
	Практические занятия	
	Практическое занятие 10. Разработка комплекса транзитной рекламы	
Курсовая работа Виды работ: 1. Выбор темы курсовой работы, формулировка актуальности исследования, определение цели, постановка задач. 2. Подбор источников литературы, проверка актуальности, предлагаемой в них информации, составление библиографического списка и плана курсовой работы. 3. Теоретический анализ источников литературы, определение понятийного аппарата. 4. Систематизация собранного материала. 5. Написание введения курсовой работы. Формулировка актуальности, цели, задач, объекта, предмета, методов предстоящего исследования. 6. Обобщение теоретических аспектов по проблеме исследования в главе первой курсовой работы. 7. Оформление результатов практических исследований в главе второй курсовой работы. 8. Подбор и оформление приложений по теме курсовой работы. 9. Составление заключения курсовой работы, содержащее выводы и предложения по результатам проведенных исследований. 10. Защита курсовой работы.		20
Дифференцированный зачет		2
Самостоятельная работа		2
1. Бриф и медиапланирование как основа проектирования рекламного комплекса. 2. Сегментирование целевой аудитории.		
Итого за 6 семестр		58

5 СЕМЕСТР		
МДК 04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки		116
Раздел 1. Основы компьютерной графики		34
Тема 1.1. Основы векторной графики. Программа Adobe Illustrator	Содержание	4
	Основные настройки и инструменты, навыки работы с объектами, работа с цветом, способы окрашивания объектов.	
	Операции над объектами (трансформация, порядок, выравнивание, геометрические операции над объектами).	
	Создание и редактирования контуров. Техника рисунка в кривых и работа с текстом.	
	Создание текстурных векторных кистей.	
	Профессионально-ориентированное содержание	10
	Практические занятия	
	Практическое занятие 1. Рисунок из геометрических объектов. Создание логотипа.	2
	Практическое занятие 2. Работы с кривыми. Создание патера; Кисти. Создание текстурных векторных кистей.	2
Тема 1.2. Основы растровой графики. Программа Photoshop	Практическое занятие 3. Векторный компьютерный рисунок с использованием кривых.	2
	Практическое занятие 4. Создание рекламного плаката.	2
	Практическое занятие 5. Работа с текстом. Разработка дизайна интернет-рассылок.	2
	Содержание учебного материала	4
	Интерфейс программы Photoshop. Основные инструменты. Способы выделения.	
	Понятия слоя. Работа со слоями, многослойные изображения.	
	Работа с текстом и эффекты в растровой среде.	
	Техника ретуширования. Цветовая тоновая коррекции изображения	
	Профессионально-ориентированное содержание	10
	Практические занятия	
	Практическое занятие 6. Создание композиции с использованием готовых выделенных объектов.	1
	Практическое занятие 7. Создание многослойной монтажной композиции в растровой графике.	1
	Практическое занятие 8. Компьютерная обработка растрового изображения: стилизация фотографии «под вектор».	2
	Практическое занятие 9. Обработка фотографий в программе растровой графики.	2
	Практическое занятие 10. Размещение объектов с учётом перспективы.	2
	Практическое занятие 11. Создание рекламной листовки в программе Photoshop.	2

Самостоятельная работа		
1. Работа с конспектами, учебной и специальной литературой (по параграфам, главам учебных пособий, указанным преподавателем). 2. Импорт и экспорт изображений, работа с растровыми изображениями. 3. Специальные эффекты в векторной среде. 4. Цветовая-тоновая коррекция фотографий. 5. Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж.		6
Раздел 2. Выбор основных изобразительных средств рекламной фотографии		18
Тема 2.1. Использование студийного оборудования, технология фототравлирования	Содержание	
	Особенности технологии прикладного использования студийного оборудования.	2
	Профессионально-ориентированное содержание	
	Практические занятия	4
	Практическое занятие 12. Схемы установки студийного освещения для решения основных задач рекламной фотосессии.	2
	Практическое занятие 13. Использование насадок и фильтров на приборы студийного освещения, для создания специфического светового рисунка на рекламируемом объекте.	2
Тема 2.2. Работа над имиджевой фотографией, фотосессия предметов потребления	Содержание	
	Фотографирование визуальных рекламных композиций. Фотосессия предметов потребления. Фотосессия визуальных композиций. Фотосессия имиджевого предмета. Креативная компоновка различных предметов в композицию для рекламного проекта.	2
	Профессионально-ориентированное содержание	
	Практические занятия	2
	Практическое занятие 14. Компоновка и финишное решение для рекламной композиции натюрморта предметов потребления. Подбор визуального ряда и текстового материала по заданной теме в фотосессии визуальной композиции.	1
	Практическое занятие 15. Фотосессия имиджевого предмета. Подбор вариантов креативного решения освещения для выявления визуального акцента. Фотографирование визуального проекта имиджевой фотосессии.	1
Самостоятельная работа		
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.		6

Контрольная работа		2
Итого за 5 семестр		52
6 СЕМЕСТР		
Раздел 3. Использование технологии создания рекламных фотокомпозиций		26
Тема 3.1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции	Содержание	6
	Осуществление поиск рекламных идей. Художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы в жанрах.	
	Профессионально-ориентированное содержание	2
	Практические занятия	
	Практическое занятие 16. Разработка авторского рекламного проекта.	1
	Практическое занятие 17. Создание визуальных образов с рекламными функциями.	1
Тема 3.2. Производство рекламной продукции	Содержание	6
	Выбор и использование инструментов, оборудования, материалов и изобразительных средств. Практическое использование изобразительных средств оптики, фактуры, световых схем для создания имиджа рекламного продукта.	
	Профессионально-ориентированное содержание	4
	Практические занятия	
	Практическое занятие 18. Создание модели, макета, сценария визуального решения объекта	2
	Практическое занятие 19. Исполнение рекламного решения имиджа в визуальном образе.	2
Самостоятельная работа		8
1. Комплексное фото сопровождение бренда, продукции, каталогизирование визуальных образов.		
2. Создание конечного визуального продукта рекламной фотосессии.		
3. Разработка имиджевого решения визуального ряда рекламируемого объекта.		
Раздел 4. Техника и технология рекламного видео		38
Тема 4.1. Способы формирования идеи. Запись идеи для дальнейшего видео производство	Содержание	6
	Логлайн. Синописис. Сценарий. Раскадровка. Трехактная структура повествования	
	Профессионально-ориентированное содержание	
	Практические занятия	6
	Практическое занятие №1. Написание своих логанов к реальным фильмам, написание логанов к своему воображаемому рекламному ролику.	2

	Практическое занятие №2. Написание своего сценария по логлайну к своему рекламному ролику.	2	
	Практическое занятие №3. Создание раскадровки по своему сценарию рекламному ролику.	2	
Тема 4.2. Тритмент. Референсы	Содержание	4	
	Тритмент. Структура. Наполнение. Референсы.		
	Профессионально-ориентированное содержание	6	
	Практические занятия		
	Практическое занятие №4. Написать триметр опираясь на свой логин и сценарий.	2	
	Практическое занятие №5. Научится пользоваться ресурсами для поисков референсов	2	
	Практическое занятие №6. Собрать референсы для своего ролика поместить в Тритмент.	2	
Тема 4.3. Создание рекламного видеоролика по-своему тритменту	Содержание	4	
	Основные принципы композиции кадра. 10 принципов монтажа.		
	Профессионально-ориентированное содержание	2	
	Практические занятия		
	Практическое занятие №7. Снять рекламный ролик Опираясь на свой тритмент	1	
	Практическое занятие №8. Смонтировать рекламный ролик согласно раскадровки	1	
Дифференцированный зачет		2	
Самостоятельная работа		8	
Типология рекламного видеопродукта. Технические средства видеопроизводства. Досъемочный этап видеопроизводства. Видеосъемка рекламного ролика. Монтаж рекламного видеоролика.			
Итого за 6 семестр			64
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 кампаний. 27. Разработка корпоративного персонажа для использования в рекламной продукции. 28. Разработка корпоративного персонажа для повышения узнаваемости. 29. Разработка сценария и раскадровки рекламной медиапродукции.	
Учебная практика Виды работ: 1. Определение основных функций и элементов системы корпоративной идентичности. 2. Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет. 3. Проектирование комплекса креативной рекламы. 4. Проектирование наружной рекламы и транзитной рекламы. 5. Проектирование печатной рекламы. 6. Проектирование рекламы в онлайн среде. 7. Создание комплекса информационной рекламы на основе единого графического стиля.	72
Производственная практика Виды работ: 1. Разработка брифа. 2. Выбор оптимальных средств рекламы.	36

3. Использование растровой графики. Программа Adobe Photoshop.	
4. Использование векторных инструментов программе Adobe Photoshop.	
5. Создание видео контента.	
6. Создание Web сайта.	
7. Создание имиджевой фотографией, фотосессия предметов потребления.	
8. Создание самопрезентация.	
9. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.	
10. Производство рекламной продукции.	
Консультации	2
Промежуточная аттестация (экзамен по модулю)	9
Всего по профессиональному модулю	325

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Кабинет «Дизайна и макетирования рекламной продукции, брендинга и бренд-менеджмента», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

Лаборатории «цифровых коммуникационных технологий и компьютерной графики», «Фото и видеостудия» в соответствии с п. 6.1.2.3 примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2.4 примерной образовательной программы по специальности.

3.2. 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.

3.2.1. Основные печатные издания

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

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

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

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

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

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

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

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 с.

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 с.
13. Курушин, В. Д. Дизайн и реклама. От теории к практике / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2019. - 662с.
14. Курушин, В.Д. Графический дизайн и реклама / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2020. - 270 с.
15. Марио, Прикен Идеал. Стратегический менеджмент идей для маркетинга, рекламы, СМИ и дизайна: кузница идей - алхимия творчества / Прикен Марио. - М.: Дитон, 2020. - 743 с.
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 с.
18. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования. Гриф УМО МО РФ / Р.Ю. Овчинникова. - М.: Юнити-Дана, 2019. – 383с.
19. Павловская, Елена Дизайн рекламы: поколение NEXT / Елена Павловская. - М.: Питер, 2019. - 320 с.
20. Пайл, Д. Дизайн интерьеров и архитектура. 6000 лет истории / Д. Пайл. - М.: АСТ, 2020. - 285 с.
21. Пигулевский, В.О. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне / В.О. Пигулевский. - М.: Институт прикладной психологии "Гуманитарный центр", 2021. - 851 с.
22. Романычева, Э. Т. Дизайн и реклама. Компьютерные технологии / Э.Т. Романычева. - М.: ДМК Пресс, 2022. - 573 с.
23. Сьюзи, Ходж Дизайн. Почему это шедевр. 80 историй уникальных предметов / Ходж Сьюзи. - М.: Синдбад, 2020. - 378 с.
24. Тангейт, Марк Всемирная история рекламы / Марк Тангейт. - М.: Альпина Диджитал, 2018. - 634 с.
25. Тимофеева, М. А. Дизайн в Швеции. История концепций и эволюция форм / М.А. Тимофеева. - М.: РГГУ, 2020. - 304 с.
26. Тимофеева, М. Дизайн в Швеции. История концепций и эволюция форм / М. Тимофеева. - М.: Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), 2020. - 774 с.
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.

3.2.3. Дополнительные источники

Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/.
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>.
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/15>.
4. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>.
5. Сайт о рекламном рынке adindex.ru.
6. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru.
7. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru.
8. Рекламный сайт "Advertising.ru": <http://www.advertising.ru>.
9. Сайт "Advertology.ru": www.advertology.ru.
10. Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.cprrd.ru/>.
11. Fototips.ru — советы по оборудованию, съёмке, обработке.
12. Просты фокусы — ежедневные статьи по самым разнообразным темам для фотографов.
13. Photo-Monster — советы по фотосъёмке от профессионалов.
14. Основы фотографии от онлайн-фотошколы.
15. Раздел «Культпросвет» на сайте Photograher.ru — статьи по теории и практике, а также вдохновляющие интервью.
16. Раздел уроков по категориям на сайте Russian Photo.
17. Уроки фотографии, обработка фото, ретушь фотографий на сайте журнала «Фотоиндустрия».
18. Вдохновляющие советы на сайте Photomotion.ru.
19. Уроки от Prophotos.
20. Советы от Digital Camera World.
21. MorgueFile Classroom — 10 уроков по фотографии от фриланс-фотографа Джоди Костона (Jodie Coston).
22. Photonet learning — раздел с уроками по категориям одного из самых масштабных фоторесурсов на английском языке.
23. Photomanual — доступно о фотографии.
24. ВАРМ — уроки по мобильной фотографии
25. Библиотека книг по фотографии.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	- 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. Результат выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен 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. Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Результат выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен 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. Результат выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен 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. Результат выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен 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. Результат выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен 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 практических работ. Результат выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет.

		Экзамен 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. Результат выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики
ПК 4.1	- использование дизайнерских эскизов при создании основных печатных документов, определяющих фирменный стиль	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. Результат выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен 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. Результат выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен 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	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной

	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	программы. Результат выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики
--	--	---