

Приложение
к ООП СПО по специальности
42.02.01 Реклама

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
42.02.001 Реклама
Объем профессионального модуля –336 час.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама,. укрупненная группа 42.00.00 — Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Разработчики

рабочей программы
профессионального
модуля:

ГБПОУ «МПК»

преподаватель

Герасимова С.В.

(место работы)

(занимаемая должность)

(инициалы, фамилия)

**Рецензенты (при
наличии):**

(место работы)

(занимаемая должность)

(инициалы, фамилия)

Рассмотрено:

«__» _____.

протокол №__

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля**
- 2. Структура и содержание профессионального модуля**
- 3. Условия реализации профессионального модуля**
- 4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля**

1. Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля

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

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее – программа ПМ) – является частью ООП СПО в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама

1.2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

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

1.2.1. 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.

1.2.2. Перечень профессиональных и цифровых компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 1	Разработка рекламного продукта
ПК 1.1	Разрабатывать креативную концепцию рекламного продукта
ПК 1.2	Создавать визуальные элементы рекламного продукта
ПК 1.3	Разрабатывать текстовые элементы рекламного продукта
ПК 1.4	Готовить рекламный продукт к размещению в различных медиа
ЦК 1.	Коммуникация и кооперация в цифровой среде
ЦК 2.	Саморазвитие в условиях неопределенности

ЦК 3.	Креативное мышление
ЦК 4.	Управление информацией и данными
ЦК 5.	Критическое мышление в цифровой среде

1.2.3.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 -336 часов

в том числе в форме практической подготовки - 266 часа

Из них на освоение МДК -304 часов

практики, в том числе учебная – 36 часов

производственная -72 часа

Самостоятельная работа -8 часов

Промежуточная аттестация – экзамен по модулю-24 часа .

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ 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					Самостоятельная работа	Практики	
				Всего	В том числе					Учебная	Производственная
					Другие виды учебных занятий	Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Промежуточная аттестация			
ПК.1.1, ПК.1.2, ПК.1.3, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09,ЦК1-ЦК5	Раздел 1. МДК 01.01 Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	104	84	100	16	72	-	12	4	-	-
ПК.1.4, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК07, ОК 09,ЦК1-ЦК5	Раздел 2. МДК 01.02 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	112	74	108	28	60	20	-	4	-	-
ПК.1.1 - ПК.1.3 - ОК 09,ЦК1-ЦК5	Учебная практика	36	36	36	-	-	-	-	-	36	
ПК.1.1 - ПК.1.3 - ОК 09,ЦК1-ЦК5	Производственная практика	72	72	72	-	-	-	-	-	-	72
	Промежуточная аттестация Экзамен по модулю	12	-	-	-	-	--	12	-	-	-
	Всего:	336	266	304	44	132	20	24	8	36	72

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

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
МДК 01.01 Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов		88/72
Раздел 1. Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов		88/72
Тема 1.1. Сущность и значение анализа целевой аудитории	Содержание учебного материала	4
	1. Сущность и значение изучения целевой аудитории. Типы потребителей и модель потребительского поведения.	2
	2. Процесс анализа целевой аудитории.	2
	Практические занятия	28
	Практическое занятие 1. Определение целевого рынка	2
	Практическое занятие 2. Подбор инструмента для проведения анализа	2
	Практическое занятие 3. Определение каналов коммуникации	2
	Практическое занятие 4. Процесс анализа целевой аудитории.	2
	Практическое занятие 5. Изучение моделей потребительского поведения.	2
	Практическое занятие 6. Исследование потребительских предпочтений	2
	Практическое занятие 7. Анализ факторов, влияющих на принятие решения о покупке для различных категорий потребителей.	4
	Практическое занятие 8. Анализ факторов, влияющих на принятие решения о покупке в организации.	2
	Практическое занятие 9. Сегментирование целевой аудитории	2

	Практическое занятие 10. Определение портрета целевой аудитории	4
	Практическое занятие 11. Работа с инструментами для анализа целевой аудитории	4
	Практическое занятие 12. Проведение целостного анализа целевой аудитории	4
Тема 1.2. Комплексное изучение рынка	Содержание учебного материала	6
	1. Роль анализа рынка для бизнеса..	2
	2. Виды и методы исследований рынка. Основные этапы проведения исследования рынка	2
	3. Структура и показатели анализа рынка	2
	Практические занятия	22
	Практическое занятие 13. Выбор целевого сегмента рынка.	2
	Практическое занятие 14. Определение проблемы организации на рынке.	2
	Практическое занятие 15. Формулирование цели и задач исследования.	2
	Практическое занятие 16. Составление плана проведения исследования рынка.	2
	Практическое занятие 17. Определение источников для сбора необходимой информации.	2
	Практическое занятие 18. Составление SWOT-анализа предприятия.	2
	Практическое занятие 19. Составление PEST-анализа предприятия.	2
	Практическое занятие 20. Проведение ситуационного анализа рынка. Выявление тенденций рынка.	2
	Практическое занятие 21. Произвести расчет объема, потенциала, темп роста рынка.	4
	Практическое занятие 21. Преобразование полученных данных и разработка концепции позиционирования продукта на рынке.	2
Тема 1.3 Комплексное изучение конкурентов.	Содержание учебного материала	6
	1. Роль анализа конкурентов для бизнеса..	2
	2. Этапы и структура исследования конкурентов	2
	3. Методы исследования конкурентов. Обработка и преобразование результатов анализа конкурентов.	2
	Практические занятия	22
	Практическое занятие 21. Оценка общего уровня внутриотраслевой конкуренции.	2
	Практическое занятие 22. Составление карты конкуренции.	2

	Практическое занятие 23. Проведение сравнительного анализа конкурентов.	2
	Практическое занятие 24. Проведение сравнительного анализа ценовой политики конкурентов.	2
	Практическое занятие 25. Проведение сравнительного анализа дистрибуции продукта конкурентов.	2
	Практическое занятие 26. Определение позиционирования всех участников на рынке.	4
	Практическое занятие 27. Оценка методов продвижения конкурентов.	2
	Практическое занятие 28. Оценка технологического уровня конкурентов.	2
	Практическое занятие 29. Оценка конкурентных преимуществ/недостатков.	2
	Практическое занятие 30. Оценка и сравнение ключевого потребителя конкурентов.	2
Тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 1		4
1. Работа с конспектами и со специальной литературой по маркетингу и рекламе (по параграфам и главам, указанным преподавателем).		
2. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций, разработанных преподавателем.		
3. Самостоятельное изучение факторов покупательского поведения.		
4. Составление схемы собственного поведения при совершении покупки.		
5. Подготовка сообщения для практической работы по выбранному сектору рекламного рынка.		
6. Выполнение анализа и сегментирования рынка.		
Промежуточная аттестация – экзамен		12
Раздел 2. Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		108/80
МДК 01.02 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		108/80
Тема 2.1. Сущность рекламных и коммуникационных кампаний	Содержание	28
	1. Понятие брифа, виды брифов.	2
	2. Понятие и цели рекламных и коммуникационных кампаний.	4
	3. Основные виды рекламных и коммуникационных кампаний, и их задачи.	4

	4. Классификация рекламных и коммуникационных кампаний.	2
	5. Теоретические принципы организации рекламной и коммуникационной кампаний.	2
	6. Характеристика составляющих элементов рекламной кампании: проведение исследований рынка, формирование концепции рекламной кампании, разработка медиаплана, реализация кампании, определение эффективности кампании.	2
	7. Оценка эффективности рекламных мероприятий	2
	8. Методы определения эффективности: предтестирование, тестирование, посттестирование в рекламе.	2
	9. Виды коммуникационных каналов.	2
	10. Критерии экономической и коммуникативной эффективности в рекламе.	4
	11.Современные тенденции в рекламных коммуникациях и интегрированные маркетинговые коммуникации	2
	Практические занятия	58
	Практическое занятие 1. Определение структуры брифа. Преобразование карточки объекта рекламирования в бриф.	2
	Практическое занятие 2. Создание брифа и оценка соответствия его поставленной задаче.	4
	Разработка комплексной стратегии продвижения бренда	4
	Практическое занятие 3. Определение целей рекламной или коммуникационной кампании.	4
	Практическое занятие 4. Выбор вида рекламной или коммуникационной кампании.	4
	Практическое занятие 5. Определение каналов продвижения торговой марки.	4
	Практическое занятие 6. Определение перспективных каналов в интернет-среде.	4
	Практическое занятие 7. Разработка рекламных идей.	4

	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.	4
	Разработка медиаплана рекламной кампании	4
	Практическое занятие 10. Определение предварительной оценки бюджета.	4
	Практическое занятие 11. Определение способов оценки эффективности исходя из целей кампаний.	4
	Анализ эффективности рекламной кампании с использованием методов предтестирования	4
	Оценка коммуникативной эффективности рекламных мероприятий	4
	Промежуточная аттестация –дифференцированный зачет	2
	Курсовой проект	20
	Практическое занятие 12. Выбор темы курсового проекта, формулировка актуальности исследования, определение цели, постановка задач. Составление плана работы. Правила оформления курсового проекта	2
	Практическое занятие 13. Подбор источников и литературы, составление развернутого плана и утверждение содержания курсового проекта.	2
	Практическое занятие 14. Теоретический анализ источников и литературы, определение понятийного аппарата, выборки, методов и методик для практического исследования.	2
	Практическое занятие 15. Систематизация собранного фактического и цифрового материала путем сведения его в таблицы, диаграммы, графики и схемы.	2
	Практическое занятие 16. Работа над теоретическим разделом.	2
	Практическое занятие 17. Анализ текущей ситуации предприятия.	2
	Практическое занятие 18. Работа над практическим разделом.	2

	Практическое занятие 19. Определение практической значимости результатов исследований, подтверждение расчетов экономического эффекта или разработка рекомендаций по организации и методики проведения исследований.	2
	Практическое занятие 20 Подготовка к защите курсовой работы.	2
	Практическое занятие 21. Защита курсовой работы.	2
Тематика курсовых проектов (работ) 1. Основные этапы подготовки и проведения рекламной кампании. 2. Фактор и значение знаменитости в коммуникационном проекте. 3. Digital коммуникации как способ привлечения российской молодежной аудитории. 4. Бренды и звезды: рекламные кампании с участием знаменитостей. 5. Рекламная кампания кинофильмов: влияние использования юмористического контента на восприятие продукта российской молодежью. 6. Продвижение молодёжных брендов и услуг с помощью инструментов digital-маркетинга. 7. Формирование лояльности пользователей услуг мобильной связи на примере (МТС и Tele2). 8. Маркетинговые коммуникации в индустрии моды на примере российских шоу-румов. 9. Особенности восприятия образов искусства в рекламных коммуникациях. 10. Влияние технологии Product Placement на зрительскую оценку фильма. 11. Эффективность привлечения интернет-блогеров российскими брендами в сфере моды. 12. Влияние бьюти-блогеров на продвижение косметического бренда. 13. Эффективность Product Placement в российском кинопрокате. 14. Коммуникационные технологии торговых центров для аудитории. 15. Особенности продвижения музея для разных возрастных групп посетителей (18-30; 31-45) на примере. 16. Коммуникационная стратегия продвижения спортивных брендов через музыкальное сопровождение на примере. 17. Технологии виртуальной и дополненной реальности в рекламе: эффективность при восприятии бренда целевой аудиторией. 18. Коммуникационные стратегии продвижения брендов в блогосфере. 19. Привлечение медийных личностей как способ продвижения бренда. 20. Продвижение бренда банков посредством мобильного приложения. 21. Социальные сети как инструмент продвижения мобильных приложений. 22. Стратегии продвижения мобильного приложения для сохранения и увеличения вовлечённости. 23. Коммуникационные онлайн-стратегии люксовых брендов в России.		

24. Анализ эффективности product placement в кинематографе на примере среднего и премиум рынков одежды. 25. Оценка эффективности рекламных мероприятий. 26. Особенности проектирования рекламных кампаний в современных условиях. 27. Понятие комплексной рекламной кампании. 28. Оценка эффективности рекламных коммуникаций, постановка целей и задач. 29. Разработка и передача рекламного обращения. 30. Особенности наружной рекламы. 31. Разработка рекламной кампании товара. 32. Разработка рекламной кампании услуг. 33. Разработка рекламной кампании организации. 34. Разработка и реализация промоакции. 35. Разработка, проведение event мероприятия. 36. Разработка логотипа компании (на выбор студента)	
Тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 2 1. Составление конспекта курсовой работы. 2. Написание введения курсовой работы, включающее раскрытие актуальности темы, степени ее разработанности, формулировку проблемы, взятую для анализа, а также задачи, которые ставит обучающийся перед собой в ходе написания работы. 3. Написание части курсовой работы, включающей в себя теоретический материал исследования. 4. Написание части курсовой работы, включающей в себя практический материал исследования, состоящий из таблиц, схем, рисунков и диаграмм. 5. Составление заключения курсовой работы, содержащее формулировку выводов и предложений по результатам теоретического и практического материала. 6. Подбор и оформление приложений по теме курсовой работы.	4
Учебная практика по модулю Виды работ – разработка брифа. – проведение первичного анализа рынка.	36
Производственная практика (по профилю специальности) итоговая по модулю Виды работ – анализ состава рынка.	72

– проведение сегментирования на рынке. – разработка плана проведения исследований потребителей. – разработка средств продвижения рекламы в средствах массовой информации и обоснование этих решений. – подготовка плана проведения рекламной кампании.	
Экзамен по модулю	12
Всего	336

3. Условия реализации программы профессионального модуля

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов:

Мастерская «Реклама» (каб.330в) и оснащенные базы практики.

Оборудование учебного кабинета, рабочих мест кабинета и технические средства обучения:

№ п/п	Наименование оборудования	Год приобретения	Инвентарный номер	Количество	Примечание
1	Ноутбук игровой MSI Intel Core I5-10500H CPU @ 2.5.GHz	2022	2101240301, 2101240303-2101240311, 2101240313-2101240320	18	
2	Телевизор LG 60LA620v/ Экран /1920x1080 Пикс		101340001	1	
3	Мышь Logitech M100	2022	—	18	
4	Роутер D-Link DIR 825	2022	2101340230	1	
5	Огнетушитель	2022	К-332 75	1	
6	Стол ученический	2022	—	7	
7	Стол (брифинг зона, офисный)	2022	—	6	
8	Стул чёрный офисный	2022	—	18	
9	Стул ученический		—	13	
10	Шкаф «Венге»	2022	—	1	
11	Тумба под принтер «Венге»	2023	—	1	
12	Принтер Xerox WC 5016	2023	—	1	
13	Принтер HP ColorLaser Jet NFP M 281dn	2024	2101340214	1	
14	Тумба белая 4 ящика	2024	—	1	
15	Тумба белая 3 ящика	2024	—	1	

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1. Основные печатные издания

1. Жильцова, О. Н. Маркетинговые исследования : учебное пособие для СПО / О. Н. Жильцова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — (Профессиональное образование).
2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021 (или 2023). — 431 (или 425) с. — (Профессиональное образование)..
3. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 383 с. — (Высшее образование).
4. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования : учебник для СПО / А. П. Карасев. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — (Профессиональное образование).
5. Синяева, И. М. Организация рекламного бизнеса : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 200 с. — (Профессиональное образование).

3.2.2. Дополнительная литература

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

3.2.3. 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>

3.2.4. 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. Зачет. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 02	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Устные выступления с презентацией. Защита проектов. Зачет. Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 03	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - осознанное	Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-

	планирование повышения квалификации.	практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 04	- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей; - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе.	Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий; Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий. Зачет. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 05	- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и

	самостоятельность выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.	письменной форме, проявление толерантности в коллективе; Экспертное наблюдение за выполнением работ. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 06	- грамотно излагать свои мысли; - оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; - проявлять толерантность в рабочем коллективе.	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе; Экспертное наблюдение за выполнением работ. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 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	Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена

	обеспечения ресурсосбережения; - выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях; - соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса.	по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 09	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно- правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области.	Экспертное наблюдение за выполнением работ; Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации; Кейс-метод; Зачет. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 1.1	- анализ требований целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка; - полнота и точность выявления целевых групп; - обоснованность решений при определении метода проведения исследования; - демонстрация умений поиска и применения нормативных документов.	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 1.2	- полнота и точность анализа рынка; - демонстрация знаний о характеристиках и составе рекламного рынка; - обоснованность решений при	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результаты выполнения индивидуальных

	определении метода проведения исследования рынка; - демонстрация умений поиска и применения нормативных документов.	домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 1.3	- способность осуществлять сбор, систематизацию, обработку, стратегический анализ и оценку конкурентной среды.	Экспертная оценка в осуществлении стратегических анализов и оценки конкурентной среды, мониторинг и прогнозирование экономических процессов на макро- и микроуровнях и интерпретирует полученные результаты; Экспертная оценка в рамках текущего контроля: - результатов работы на практических занятиях; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - при выполнении и защите курсовой работы; - при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 1.4	- аргументированность плана продвижения рекламного продукта (рекламной кампании) при взаимодействии с заказчиками; - точность выбора вида рекламной кампании; - обоснованность выбора методов и технологии осуществления оценки эффективности; - правильность и точность разработки средств размещения рекламного	Экспертная оценка в рамках текущего контроля: - результатов работы на практических занятиях; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - при выполнении и защите курсовой работы; - при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена

	продукта в соответствии с требованиями нормативных документов.	по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ЦК 1. Коммуникация и кооперация в цифровой среде	Выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией, аудиторией и киберпространством. Выбирает цифровые средства в соответствии с целями и задачами общения, организации взаимодействия или совместной работы (с учётом технических преимуществ и ограничений).	Экспертное наблюдение и оценка в ходе аудиторной и внеаудиторной учебной деятельности. Экспертное наблюдение в ходе коммуникации с педагогами и сокурсниками при выполнении проектных заданий, решения ситуационных задач и упражнений, практических заданий, тестирования. Портфолио.
ЦК 2. Саморазвитие в условиях неопределённости	Использует цифровые инструменты для планирования и организации собственной деятельности (цифровые календари, таск-трекеры, сервисы для целеполагания). Анализирует и оценивает собственные цифровые навыки, определяет зоны роста и выстраивает траекторию саморазвития. Адаптируется к изменениям в цифровой среде, осваивает новые сервисы и технологии. Проявляет готовность к непрерывному обучению в условиях быстро меняющихся технологий.	Экспертное наблюдение и оценка в ходе аудиторной и внеаудиторной учебной деятельности. Самооценка, рефлексивные эссе, ведение дневника саморазвития. Портфолио.
ЦК 3. Креативное мышление	Предлагает несколько способов решения задачи, достижения цели. Выдвигает альтернативные варианты решений или действий. Знает и применяет цифровые инструменты и возможности искусственного интеллекта для генерирования/разработки идей, гипотез, поиска нестандартных решений (приложения для поиска ассоциаций, ментальные карты, онлайн-доски, инструменты для	Экспертное наблюдение и оценка в ходе аудиторной и внеаудиторной учебной деятельности. Экспертное наблюдение в ходе выполнения проектных и проблемных заданий, решения ситуационных упражнений и кейсов, практических заданий. Портфолио.

	создания визуальных набросков, сервисы для создания заметок, брейншторминга, тестирования идей, для обмена идеями и т.п.). Использует сервисы для развития навыка нестандартного мышления.	
ЦК 4. Управление информацией и данными	Знает нормативно-правовые документы, регулирующие работу с информацией и её защиту в сети Интернет. Осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях, в том числе с использованием фильтров, ключевых слов. Знает и учитывает особенности различных поисковых сервисов. Извлекает информацию с электронных носителей, создаёт резервные копии документов/данных на различных носителях и в облачных сервисах. Использует средства ИКТ для просмотра, обработки и хранения информации. Сохраняет информацию в различных форматах, применяет программы и сервисы для перевода информации из одного формата в другой.	Экспертное наблюдение и оценка в ходе обязательной аудиторной и внеаудиторной учебной деятельности, на этапах производственной практики, стажировки и защиты итоговой квалификационной работы. Портфолио.
ЦК 5. Критическое мышление в цифровой среде	Анализирует информацию, делает выводы и принимает решения на основе проверенной и достаточной информации. Сравнивает информацию из нескольких источников, определяет противоречия, отделяет факты от их интерпретации. Связывает между собой данные и информацию из различных источников, выбирает данные, в наибольшей степени подкрепляющие аргумент/гипотезу.	Экспертное наблюдение и оценка в ходе обязательной аудиторной и внеаудиторной учебной деятельности, на этапах производственной практики, стажировки и защиты дипломной работы (проекта). Портфолио.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования
рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
42.02.001 Реклама
Объем профессионального модуля – 338 час

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, укрупненная группа 42.00.00 — Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Разработчики

рабочей программы
профессионального
модуля:

ГБПОУ «МПК»

преподаватель

Герасимова С.В.

(место работы)

(занимаемая должность)

(инициалы, фамилия)

**Рецензенты (при
наличии):**

(место работы)

(занимаемая должность)

(инициалы, фамилия)

Рассмотрено:

«__» _____.

протокол №__

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля
2. Структура и содержание профессионального модуля
3. Условия реализации профессионального модуля
4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля

1. Общая характеристика примерной рабочей программы профессионального модуля

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

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее – программа ПМ) – является частью ООП СПО в соответствии с ФГОС СПО 42.02.01 «Реклама».

1.2. 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:

1.2.1. 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
ЦК 1.	Коммуникация и кооперация в цифровой среде
ЦК 2.	Саморазвитие в условиях неопределенности
ЦК 3.	Креативное мышление
ЦК 4.	Управление информацией и данными
ЦК 5.	Критическое мышление в цифровой среде

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 -338 часов

в том числе в форме практической подготовки - 282 часа

Из них на освоение МДК -306 часов

практики, в том числе учебная – 36 часов

производственная -72 часа

Самостоятельная работа -8 часов

Курсовая работа – 20 часов

Промежуточная аттестация – экзамен, экзамен по модулю- 24 часа

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ 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	
				Все го	В том числе						
					Другие виды учебных занятий	Лабораторных . и практических. занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятел ьная работа	Промежуточная аттестация	Учебн ая	Производст венная
ПК 2.1, ОК 01–ОК 05, ОК 07, ОК 09, ЦК 1–ЦК 5	МДК 02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	100	80	84	54	30	–	4	12	–	–
ПК 2.2, ОК 01–ОК 05, ОК 07, ОК 09, ЦК 1–ЦК 5	МДК 02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	118	94	114	36	58	20	4	–	–	–
ПК 2.1, ПК 2.2, ОК 01–ОК 05, ОК 07, ОК 09, ЦК 1–ЦК 5	Учебная практика, часов	36	36	36	–	–	–	-	–	36	–
ПК 2.1, ПК 2.2, ОК 01–ОК 05, ОК 07, ОК 09, ЦК 1–ЦК 5	Производственная практика, часов	72	72	72	–	–	–	–	–	–	72
	Промежуточная аттестация (экзамен по модулю)	12	–	–	–	–	–	–	12	–	–
	Всего:	338	282	306	90	88	20	8	24	36	72

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

Наименование разделов и профессионального модуля междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе практической подготовки, акад. ч
1	2	3
ПМ 02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		338/282
МДК 02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		100/30
Введение в курс	Цели и задачи модуля. Роль стратегического планирования в рекламной деятельности. Обзор цифровых компетенций, формируемых в рамках модуля.	2
Тема 1.1. Логика и ключевые этапы процесса стратегического планирования	Содержание учебного материала	14/12
	1. Анализ и уточнение бизнес-стратегии заказчика. Использование цифровых инструментов для сбора и анализа данных о рынке.	2
	2. Анализ/разработка и корректировка маркетинговой стратегии заказчика. Применение ИИ-инструментов для прогнозирования и анализа трендов.	4
	3. Коммуникационная стратегия кампании. Креативное мышление при разработке стратегии. Использование генеративных нейросетей для генерации идей.	4
	4. Бюджет и оценка эффективности рекламной и коммуникационной кампании. Цифровые сервисы для бюджетирования и аналитики.	4

	Практические работы	12
	<i>Практическое занятие №1.</i> Анализ и корректировка маркетинговой стратегии предприятия с использованием цифровых инструментов (онлайн-сервисы аналитики, ИИ-помощники).	6
	<i>Практическое занятие №2.</i> Создание коммуникационной стратегии предприятия с применением методов креативного мышления и ИИ-инструментов для генерации идей.	6
Тема 1.2. Структура и этапы создания стратегического брифа (часть 1)	Содержание учебного материала	20/8
	1. Перевод бизнес и маркетинговых целей заказчика в коммуникационные цели. Использование цифровых инструментов для структурирования целей (mind-maps).	4
	2. Определение и создание целей рекламной/коммуникационной кампании. Критическое мышление: проверка гипотез на основе данных.	4
	3. Создание портрета целевой аудитории. Цифровые сервисы для анализа аудитории (социальные сети, Big Data).	4
	4. Определение позиционирования товара/услуги и поиск инсайта целевой аудитории. Применение ИИ для анализа потребительского поведения.	4
	5. Основное обещание бренда/рекламодателя конечному потребителю.	4
	Практические работы	8
	<i>Практическое занятие №3.</i> Разработка рекламной/коммуникационной кампании заказчика (часть 1): анализ аудитории, формулирование целей, создание портрета ЦА с помощью цифровых сервисов.	8
Тема 1.3. Структура и этапы создания стратегического брифа (часть 2)	Содержание учебного материала	20/10
	1. Основное обращение к целевой аудитории (key message). Применение ИИ-инструментов для генерации текстов.	4

	2. Основные способы поиска рекламной идеи. Методы креативного мышления (ТРИЗ, латеральное мышление, дизайн-мышление). Цифровые сервисы для брейншторминга.	4
	3. Обоснование и выбор каналов коммуникации. Анализ медиа с использованием цифровых инструментов и ИИ.	4
	4. Бюджетирование рекламной/коммуникационной кампании. Цифровые сервисы для планирования бюджета.	4
	5. Определение основных показателей эффективности (KPI) и этапов мониторинга. Цифровые дашборды для отслеживания результатов.	4
	Практические работы	10
	<i>Практическое занятие №4.</i> Разработка рекламной/коммуникационной кампании заказчика (часть 2): key message, рекламная идея, выбор каналов, KPI. Использование ИИ и цифровых сервисов.	10
Самостоятельная учебная работа	Изучение дополнительных источников. Подготовка к практическим занятиям. Выполнение индивидуальных заданий с использованием цифровых образовательных платформ.	4
Промежуточная аттестация – экзамен		12
МДК 02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		118/78
Тема 2.1. Основные продукты работы стратега в рекламном агентстве	Содержание учебного материала	24/30
	1. Стратегический/креативный бриф. Цифровые шаблоны и сервисы для создания брифов.	4
	2. Коммуникационная стратегия и ее виды. Визуализация стратегии с помощью цифровых инструментов.	4
	3. Активационный план коммуникационной стратегии. Цифровые инструменты для тайм-менеджмента и планирования .	4

	4. Аналитика рынка и трендов. Использование ИИ для анализа больших данных. Фактчекинг.	6
	5. Медиа-стратегии и медиа-планирование. Цифровые сервисы для медиапланирования.	6
	Практические работы	30
	<i>Практическое занятие №1.</i> Стратегическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий предприятия.	10
	<i>Практическое занятие №2.</i> Медиа-планирование с использованием цифровых сервисов (Excel, Google Sheets, специализированные платформы).	10
	<i>Практическое занятие №3.</i> Создание презентаций с помощью ИИ-инструментов.	10
Тема 2.2. Презентация продуктов работы стратега	Содержание учебного материала	12/26
	Предъявление продуктов стратега в формате презентации.	6
	Цифровой сторителлинг.	2
	Использование ИИ для создания визуального контента (генерация изображений, видео).	4
	Практические работы	26
	<i>Практическое занятие №4.</i> Тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий предприятия.	12
	<i>Практическое занятие №5.</i> Создание презентационных материалов с использованием цифровых инструментов (PowerPoint, Google Slides, ИИ-генераторы контента).	14
Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет		2
Самостоятельная работа обучающегося над	Планирование выполнения курсового проекта: определение этапов, сроков и ресурсов с использованием. Поиск и анализ литературных источников с помощью ИИ-сервисов.	4

курсовым проектом (работой)	Проведение предпроектного исследования с использованием цифровых инструментов аналитики. Разработка коммуникационных стратегий, создание креативных концепций. Защита проекта в формате цифровой презентации.	
Курсовой проект (работа)		20
	Тематика курсовых проектов (работ): Индустриальные стандарты АКАР: стратегическое планирование; Маркетинговые стратегии на разных рынках; Определение и сегментация целевой аудитории; Составление портрета целевой аудитории; Структура стратегического/коммуникационного брифа; Система брифов стратегического планирования; Позиционирование и потребительский инсайт; Основное обещание и key message; Рекламная идея и методы ее поиска; Бюджет коммуникационной кампании; Основные метрики эффективности; Структура медиаплана; Активационный план коммуникационной стратегии; Медиа стратегия предприятия; Разработка и внедрение стратегического плана рекламы; Анализ и оптимизация рекламной кампании в социальных сетях; Проектирование интегрированной маркетинговой коммуникации; Оценка эффективности медийных каналов;	

	Исследование влияния немедийных каналов; Проектирование бюджета рекламной кампании; Аудит конкурентоспособности предприятия; Разработка тактического плана для сезонного продукта; Психологические аспекты в рекламных сообщениях; Разработка стратегии по совершенствованию образа предприятия. Разработка фирменного стиля компании.	
Учебная практика Виды работ 1. Анализ случаев и сценариев: изучение реальных бизнес-случаев, разбор успешных и неудачных кампаний, создание собственных сценариев и стратегий. 2. Разработка рекламных концепций: планирование и создание прототипов рекламных материалов, выбор каналов распространения, определение целевой аудитории. 3. Проведение маркетинговых исследований: планирование и проведение опросов, анализ потребительского поведения, интерпретация полученных данных. 4. Работа с медиа: планирование медиа-стратегий, работа с различными типами медиа, включая онлайн и офлайн каналы. 5. Практические упражнения по коммуникациям: разработка и презентация речей, участие в дебатах, тренировка навыков общения и убеждения. 6. Создание портфолио: компиляция и представление портфолио работ, включая рекламные материалы, проекты и отчеты. 7. Этика и законодательство в рекламе: изучение и анализ законов и этических норм, регулирующих рекламную деятельность. 8. Технологические навыки: освоение программ и инструментов для дизайна, аналитики и управления проектами. 9. Командная работа: участие в групповых проектах, разработка стратегий и тактик в команде, оценка эффективности командной работы. 10. Отчетность и отражение: подготовка отчетов о проделанной работе, рефлексия над полученным опытом, планирование дальнейшего развития. 11. Участие в семинарах и воркшопах: активное участие в дополнительных занятиях, мастер-классах от профессионалов отрасли, сетевых мероприятиях. 12. Подготовка к курсовому проекту: выбор темы, планирование исследования, поиск и анализ литературных источников.	36	
	Производственная практика (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)	72

Виды работ 1. Анализ стратегического и тактического планирования в рекламных кампаниях. 2. Изучение роли рекламы и коммуникации в современных маркетинговых стратегиях. 3. Аудит и анализ конкурентного рынка и целевой аудитории. 4. Разработка и оценка рекламных и коммуникационных стратегий для конкретного продукта или услуги. 5. Изучение и анализ различных медиа и немедийных каналов коммуникации. 6. Техники и методы бюджетирования рекламных и коммуникационных кампаний. 7. Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий. 8. Практическое применение рекламных и коммуникационных стратегий в реальных проектах. 9. Разработка и осуществление маркетинговой стратегии как инструмента бизнес-стратегии. 10. Разработка коммуникационной, медиа стратегии. 11. Планирование и оценка маркетинга, рекламы и медиаплана. 12. Анализ эффективности и форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования.	
Промежуточная аттестация-Экзамен по модулю	12
Всего	338

3. Условия реализации профессионального модуля

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов: Мастерская «Реклама» (каб.330в) и оснащенные базы практики.

Оборудование учебного кабинета, рабочих мест кабинета и технические средства обучения:

№ п/п	Наименование оборудования	Год приобретения	Инвентарный номер	Количество Примечание
1	Ноутбук игровой MSI Intel Core I5-10500H CPU @ 2.5.GHz	2022	2101240301, 2101240303- 2101240311, 2101240313- 2101240320	18
2	Телевизор LG 60LA620v/ Экран /1920x1080 Пикс			101340001
3	Мышь Logitech M100	2022	-	18
4	Роутер D-Link DIR 825	2022	2101340230	1
5	Огнетушитель	2022	К-332 75	1
6	Стол ученический	2022	-	7
7	Стол (брифинг зона, офисный)	2022	-	6
8	Стул чёрный офисный	2022	-	18
9	Стул ученический		-	13
10	Шкаф «Венге»	2022	-	1
11	Тумба под принтер «Венге»	2023	-	1
12	Принтер Xerox WC 5016	2023	-	1
13	Принтер HP ColorLaser Jet NFP M 281dn	2024	2101340214	1
14	Тумба белая 4 ящика	2024	-	1
15	Тумба белая 3 ящика	2024	-	1

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1. Основные печатные издания

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник для СПО / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 200 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19127-1.

2. 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.

3. Пашкус, Н. А. 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.

4. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-XXXXX-X.

5. 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

3.2.2. Дополнительная литература

1. Борисова Е.Г. Алгоритмы воздействия. – М.: Международный институт рекламы, ЛО «Московия», 2018. – 140 с.
2. Антипов К.В. Основы рекламы, учебник – М., Дашков и Ко, 2019 год

Нормативные документы

1. Конституция Российской Федерации;
2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" (с изменениями и дополнениями);
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (часть четвертая) (с изменениями и дополнениями)
4. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I "О средствах массовой информации" (с изменениями и дополнениями)

Периодические издания:

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

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

Интернет-ресурсы:

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

4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	- выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа.	Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 02	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Устные выступления с Презентацией Защита проектов Зачет Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 03	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание	Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной

	траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации	терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 04	- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей; - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе	Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий; Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий. Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 05	- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное

	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.	взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе; Экспертное наблюдение за выполнением работ. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 07	- сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности; - определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности; - соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; - определение путей обеспечения ресурсосбережения; - выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях; - соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса.	Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 09	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в	Экспертное наблюдение за выполнением работ; Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации; Кейс-метод; Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних

	документации профессиональной области	заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 2.1	- адекватность и полнота разработанных планов; - умение определить цели и задачи кампании; - способность выбрать стратегические подходы;	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 2.2	- качество анализа рынка и целевой аудитории; - четкость и структурированность презентации; - соответствие планов установленным форматам; - убедительность аргументации; - понимание стратегической направленности.	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ЦК 1. Коммуникация и кооперация в цифровой среде	Выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией, аудиторией и киберпространством. Выбирает цифровые средства в соответствии с целями и задачами общения, организации взаимодействия или совместной работы (с учётом технических	Экспертное наблюдение и оценка в ходе аудиторной и внеаудиторной учебной деятельности. Экспертное наблюдение в ходе коммуникации с педагогами и сокурсниками при выполнении проектных заданий, решения ситуационных задач и упражнений, практических

	преимуществ и ограничений).	заданий, тестирования. Портфолио.
ЦК 2. Саморазвитие в условиях неопределённости	Использует цифровые инструменты для планирования и организации собственной деятельности (цифровые календари, таск-трекеры, сервисы для целеполагания). Анализирует и оценивает собственные цифровые навыки, определяет зоны роста и выстраивает траекторию саморазвития. Адаптируется к изменениям в цифровой среде, осваивает новые сервисы и технологии. Проявляет готовность к непрерывному обучению в условиях быстро меняющихся технологий.	Экспертное наблюдение и оценка в ходе аудиторной и внеаудиторной учебной деятельности. Самооценка, рефлексивные эссе, ведение дневника саморазвития. Портфолио.
ЦК 3. Креативное мышление	Предлагает несколько способов решения задачи, достижения цели. Выдвигает альтернативные варианты решений или действий. Знает и применяет цифровые инструменты и возможности искусственного интеллекта для генерирования/разработки идей, гипотез, поиска нестандартных решений (приложения для поиска ассоциаций, ментальные карты, онлайн-доски, инструменты для создания визуальных набросков, сервисы для создания заметок, брейншторминга, тестирования идей, для обмена идеями и т.п.). Использует сервисы для развития навыка нестандартного мышления.	Экспертное наблюдение и оценка в ходе аудиторной и внеаудиторной учебной деятельности. Экспертное наблюдение в ходе выполнения проектных и проблемных заданий, решения ситуационных упражнений и кейсов, практических заданий. Портфолио.
ЦК 4. Управление информацией и данными	Знает нормативно-правовые документы, регулирующие работу с информацией и её защиту в сети Интернет. Осуществляет поиск информации в сети Интернет	Экспертное наблюдение и оценка в ходе обязательной аудиторной и внеаудиторной учебной деятельности, на этапах производственной практики, стажировки и защиты итоговой

	и различных электронных носителях, в том числе с использованием фильтров, ключевых слов. Знает и учитывает особенности различных поисковых сервисов. Извлекает информацию с электронных носителей, создаёт резервные копии документов/данных на различных носителях и в облачных сервисах. Использует средства ИКТ для просмотра, обработки и хранения информации. Сохраняет информацию в различных форматах, применяет программы и сервисы для перевода информации из одного формата в другой.	квалификационной работы. Портфолио.
ЦК 5. Критическое мышление в цифровой среде	Анализирует информацию, делает выводы и принимает решения на основе проверенной и достаточной информации. Сравнивает информацию из нескольких источников, определяет противоречия, отделяет факты от их интерпретации. Связывает между собой данные и информацию из различных источников, выбирает данные, в наибольшей степени подкрепляющие аргумент/гипотезу.	Экспертное наблюдение и оценка в ходе обязательной аудиторной и внеаудиторной учебной деятельности, на этапах производственной практики, стажировки и защиты дипломной работы (проекта). Портфолио.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет
средствами цифровых коммуникационных технологий
42.02.001 Реклама
Объем профессионального модуля – 382 час.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, укрупненная группа 42.00.00 — Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Разработчики

рабочей программы
профессионального
модуля:

ГБПОУ «МПК»

преподаватель

Герасимова С.В.

(место работы)

(занимаемая должность)

(инициалы, фамилия)

**Рецензенты (при
наличии):**

(место работы)

(занимаемая должность)

(инициалы, фамилия)

Рассмотрено:

«__»_____.

протокол №__

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля
2. Структура и содержание профессионального модуля
3. Условия реализации профессионального модуля
4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля

1. Общая характеристика примерной рабочей программы

Профессионального модуля

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

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее – программа ПМ) – является частью ООП СПО в соответствии с ФГОС СПО 42.02.01 «Реклама».

1.2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающихся 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:

1.2.1. Перечень общих и базовых компетенций цифровой экономики

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.

1.2.2. 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
ЦК 1.	Коммуникация и кооперация в цифровой среде
ЦК 2.	Саморазвитие в условиях неопределенности
ЦК 3.	Креативное мышление
ЦК 4.	Управление информацией и данными
ЦК 5.	Критическое мышление в цифровой среде

1.3. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего –**382** часов,

в том числе в форме практической подготовки: _ 306 часов,

Из них на освоение МДК - 304 часа,

в том числе самостоятельная работа - 6 часов,

Практики, в том числе:

Учебная -36 часов,

Производственная -72 часа,

Промежуточная аттестация – 24 часа.

2. Структура и содержание 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						
					Другие виды учебных занятий	Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация	Учебная	Производственная
1	2	3	4	5		6	7	8	9	10	11
ПК 3.1, ОК 01–ОК 05, ЦК 1–ЦК 5	МДК 03.01 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	131	104	125	41	84	–	6	–	–	–
ПК 3.2, ПК 3.3, ОК 01–ОК 05, ЦК 1–ЦК 5	МДК 03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	131	104	125	41	84	–	6	-	–	–
ПК.3.1- .ПК 3.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03 ,ЦК 1–ЦК 5	Учебная практика, часов	36	36	36	-	-	-	-	-	36	-
ПК 3.1–ПК 3.3, ОК 01–ОК 05, ЦК 1–ЦК 5	Производственная практика	72	72	72	-	–	-	–	-	–	72
	Промежуточная аттестация (экзамен по модулю)	12	–	-		–	-	–	12		
	Всего:	382	306	358	82	168	–	12	12	36	72

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

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

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа	Объем, акад. ч / в т.ч. в форме практ. подготовки
1	2	3
Раздел 1. МДК 03.01. Стратегии продвижения бренда в сети Интернет		125/84
	Содержание учебного материала	10/–
Введение	Цель и задачи модуля. Обзор цифровых компетенций. Роль digital-маркетинга в современной экономике.	1
Тема 1.1. Маркетинговые основы изучения интернет-рынка	1. Введение в DIGITAL-маркетинг. Сущность, понятие, особенности и принципы.	1
	2. Интернет-рынок и его структура. Комплекс маркетинга 4P для интернет-рынка.	2
	3. Сегментирование рынка как основной этап цифрового маркетинга. Использование ИИ-инструментов для анализа сегментов.	2
	4. Особенности ведения товарной политики в Интернете. Информационные товары и интернет-товары.	2
	5. Особенности ведения ценовой политики в Интернете. Современные ценовые стратегии.	2
	Практические занятия	14
	1. Выявление целевой аудитории своего проекта перед производством и размещением интернет-рекламы (с использованием цифровых инструментов аналитики).	2
	2. Оценка товарной политики интернет-фирмы.	2

	3. Способы повышения знаний о товаре, услуге или компании (генерация контента с помощью ИИ).	2
	4. Методы ценообразования в Интернете. Бюджетное продвижение продукта.	2
	5. Работа в группах: определение вида и формата примеров рекламы в интернете; поиск в открытых источниках информации об инструментах интернет-маркетинга; разработка проекта продукта интернет-рекламы.	2
Тема 1.2. Особенности продвижения на различных интернет-площадках	Содержание учебного материала	6/–
	1. Сайт как инструмент цифрового маркетинга. Поисковое продвижение сайтов. Технологии привлечения посетителей.	2
	2. Интернет-реклама. Вирусная реклама в Интернете. Использование генеративных нейросетей для создания вирусного контента.	2
	3. E-mail-рассылка. Реклама в социальных сетях.	2
	Практические занятия	18
	1. Интернет-маркетинг и офф-лайн реклама (сравнительный анализ с использованием цифровых инструментов).	2
	2. Аудит сайта. Связь стратегии цифрового маркетинга и разработки/модернизации сайта.	2
	3. Анализ веб-сайтов предприятий (с применением онлайн-сервисов проверки).	2
	4. Работа с комплексными сервисами, картами, мессенджерами, почтовыми рассылками, RSS.	2
	5. Способы продвижения: блоги, сообщества, вики, социальные сети, приложения (создание контента с помощью ИИ).	4
	6. Проектирование медиаплана рекламы в интернете (цифровые сервисы планирования).	4
	Содержание учебного материала	14/–

Тема 1.3. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения	1. Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории (с использованием ИИ-сервисов).	2
	2. Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз.	2
	3. Оптимизация SEO для повышения популярности сайта. Цифровые инструменты SEO-аналитики.	2
	4. Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда.	2
	5. Размещение контекстно-медийных объявлений в сети интернет.	2
	6. Проведение аналитической справки конкурентов (цифровые сервисы конкурентного анализа).	2
	7. Разработка инструментов коммуникации в социальных сетях.	2
	Практические занятия	28
	1. Создание и размещение рекламных объявлений в социальных сетях (с использованием генерации текстов и изображений через ИИ).	2
	2. Разработка концепции стратегии для поисковых систем.	2
	3. Разработка стратегии проведения рекламной кампании.	4
	4. Настройка таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей.	4
	5. Сегментирование ЦА (мужчины/женщины). Подключение Яндекс.Метрики.	4
	6. Разработка концепции продвижения личного бренда (с использованием ИИ-инструментов).	2
	7. Расчет стоимости перехода клиента. Формирование KPI (цифровые таблицы, дашборды).	4
	8. Составление брифа на разработку РК для таргетированной рекламы.	2
	Содержание учебного материала	11/–

Тема 1.4. Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения	1. Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в интернете (цифровые дашборды).	2
	2. Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов (промпты для ИИ).	2
	3. SEO. РСЯ. Email-маркетинг. Цифровые платформы автоматизации.	2
	4. Проведение работ по реализации стратегии продвижения в интернете.	2
	5. Классификация рекламы. SMM. Каналы распространения email-рассылки.	1
	6. Согласование показателей эффективности и бюджета продвижения с заказчиком.	1
	7. Системы управления интернет-рекламой.	1
	Практические занятия	22
	1. Создание контент-стратегии для личного бренда (с помощью ИИ-генерации).	4
	2. Проведение исследования системы веб-аналитики. Аналитика в контекстной рекламе «Яндекс».	2
	3. Выявление качественного инструмента в развитии сайта и онлайн-продвижения.	4
	4. Аналитика в контекстной рекламе «Яндекс» (работа с дашбордами).	2
	5. Создание тематического сообщества. Наполнение контентом (в т.ч. сгенерированным ИИ).	4
	6. Определение влияния таргетированной рекламы на целевую аудиторию.	2
	7. Анализ применения email-маркетинга (сравнительный анализ сервисов).	2
Самостоятельная работа по разделу 1	8. Сбор базы подписчиков при помощи email-маркетинга.	2
	Изучение кейсов цифрового маркетинга: анализ 3 компаний с оценкой эффективности цифровых инструментов. Подготовка отчета.	2

Промежуточная аттестация по разделу 1	Дифференцированный зачет	2
Раздел 2. МДК 03.02. Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет		125/84
Тема 2.1. Виды и технологии цифровых коммуникаций	Содержание учебного материала	10/–
	1. Деловые коммуникации в цифровой среде. Информационные коммуникационные технологии, их классификация. Цифровой этикет.	2
	2. Поисковая оптимизация (SEO). SEO-аудит сайта. Способы привлечения посетителей из поисковых систем.	2
	3. Медийная реклама и инструменты ее автоматизации. RTB-технология интернет-рекламы.	2
	4. Продвижение компании с помощью SMM. Обзор социальных сетей. Social Media Optimization (SMO). Мониторинг.	2
	5. Новые цифровые технологии. Нейросети. Медиа-показатели эффективности.	2
	Практические занятия	12
	1. Создание баннерной интернет-рекламы для своего проекта (с использованием ИИ-генерации изображений).	2
	2. Разработка сайта в конструкторе (Tilda).	2
	3. Сравнительный анализ оптимизированных сайтов (цифровые инструменты аудита).	2
	4. Повышение коэффициента кликабельности сайта (А/В-тестирование).	2
	5. Разработка приемов для увеличения привлекательности сайта (креативные решения с ИИ).	2
	6. Разработка таргетированной рекламы.	2

Тема 2.2. Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа	Содержание учебного материала	18/–
	1. Web Analytics — аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде.	2
	2. Принципы и практики реализации контекстной рекламы.	2
	3. Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа.	2
	4. Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта.	2
	5. Преимущества и недостатки форматов медийной рекламы; цели использования.	2
	6. Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга.	2
	7. Создание контента для социальных сетей (с использованием ИИ).	2
	8. Актуальные методы продвижения аккаунтов в социальных сетях.	2
	9. Алгоритмы и результаты поискового продвижения.	2
	Практические занятия	38
	1. Использование методов проведения анализа эффективности маркетинговой активности в сети Интернет.	4
	2. Создание email-рассылок: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические (с ИИ-помощью).	4
	3. Внедрение основных инструментов для оценки эффективности рекламной кампании (дашборды).	4
	4. Разработка контентной составляющей для личного бренда (генерация текстов и изображений).	4
	5. Оценка эффективности продвижения рекламного агентства.	2

	6. Стоимость одного подписчика. Конверсия сайта через таргет (расчеты в цифровых таблицах).	4
	7. Выбор цели для настройки. 12 категорий Вконтакте. А/В-тестирование. Создание креативов (с ИИ).	4
	8. Анализ внешней и внутренней оптимизации (цифровые сервисы).	4
	9. Оптимизация meta-информации страницы.	4
	10. Составление продающей цепочки для чат-бота.	4
Тема 2.3. Управление реализацией стратегии интернет-продвижения	Содержание учебного материала	13/–
	1. Технологии привлечения посетителей на сайт.	2
	2. Области и стратегии применения цифрового маркетинга.	2
	3. Этапы осуществления компаний.	2
	4. Формулирование целей цифрового маркетинга для компаний.	2
	5. E-mail- и вирусный маркетинг.	2
	6. Инструменты и методы цифрового маркетинга.	1
	7. Поведенческий таргетинг, матрица потребности.	2
	Практические занятия	32
	1. Разработка уникального торгового предложения (с использованием ИИ-сервисов).	2
	2. Продвижение нового товара с применением современных маркетинговых инструментов.	4
	3. Визуальное оформление контента для личного бренда (генерация изображений).	4
	4. Разработка концепции и плана проведения рекламной и/или PR-кампании.	4
	5. SWOT-анализ и PEST-анализ компании (цифровые шаблоны и сервисы).	4

	6. Позиционирование бренда. Платформа бренда.	2
	7. Алгоритмы поисковых систем и соц. сетей.	2
	8. Воронка продаж. Скрипт коммерческого предложения.	4
	9. Проведение рекламных кампаний в социальных медиа.	4
	10. Анализ трафика на веб-сайт (цифровые инструменты аналитики).	2
Самостоятельная работа по разделу 2	Подготовка к экзамену по разделу. Изучение обновлений алгоритмов поисковых систем и соцсетей.	4
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет	2
Учебная практика	Виды работ: ознакомление с конструктором сайтов; разработка графических элементов; создание концепции графического оформления; разработка структуры и схемы сайта; сборка сайта; подготовка и защита проекта.	36
Производственная практика	Виды работ: создание клиентской базы; изучение работы рекламных и PR-специалистов; изготовление рекламного/PR-материала; разработка таргетированной и контекстной РК; создание макета социальной интернет-рекламы; разработка вирусной рекламы; разработка интернет-каталога; настройка аудитории; создание мобильного приложения/веб-версии; подготовка презентационного отчета; защита проекта.	72
Промежуточная аттестация по модулю	Экзамен по модулю	12
Всего		382

3. Условия реализации программы профессионального модуля

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов: Мастерская «Реклама» (каб.330в) и оснащенные базы практики.

Оборудование учебного кабинета, рабочих мест кабинета и технические средства обучения:

№ п/п	Наименование оборудования	Год приобретения	Инвентарный номер	Количество Примечание
1	Ноутбук игровой MSI Intel Core I5-10500H CPU @ 2.5.GHz	2022	2101240301, 2101240303- 2101240311, 2101240313- 2101240320	18
2	Телевизор LG 60LA620v/ Экран /1920x1080 Пикс			101340001
3	Мышь Logitech M100	2022	-	18
4	Роутер D-Link DIR 825	2022	2101340230	1
5	Огнетушитель	2022	К-332 75	1
6	Стол ученический	2022	-	7
7	Стол (брифинг зона, офисный)	2022	-	6
8	Стул чёрный офисный	2022	-	18
9	Стул ученический		-	13
10	Шкаф «Венге»	2022	-	1
11	Тумба под принтер «Венге»	2023	-	1
12	Принтер Xerox WC 5016	2023	-	1
13	Принтер HP ColorLaser Jet NFP M 281dn	2024	2101340214	1
14	Тумба белая 4 ящика	2024	-	1
15	Тумба белая 3 ящика	2024	-	1

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1. Основные издания

1. **Винарский, Я. С.** Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение : практическое пособие / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 269 с. — (Среднее профессиональное образование). — ISBN 978-5-16-014219-7.
2. **Жильцова, О. Н.** Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5.

3. **Крайнов, Г. Н.** Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие для СПО / Г. Н. Крайнов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 372 с. — ISBN 978-5-507-45867-7.
4. **Кульпин, С. В.** Структура и содержание интернет-маркетинга : учебное пособие / С. В. Кульпин ; под. ред. Е. В. Попова. — 2-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА : Изд-во Урал. ун-та, 2022. — 100 с. — ISBN 978-5-9765-5004-9 (ФЛИНТА) ; ISBN 978-5-7996-3027-0 (Изд-во Урал. ун-та).
5. **Хуссейн, И. Д.** Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 68 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18732-8.

3.2.2. Дополнительная литература

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 352 с.
2. 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.

2.2.3. Дополнительные источники

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

4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля

Код ПК, ОК и ЦК, 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. Зачет. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: — экзамена, квалификационного; — экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 02	— соответствие найденной информации заданной теме (задаче); — владение разными способами представления информации; — результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; — объективный анализ найденной информации; — использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Устные выступления с презентацией. Защита проектов. Зачет. Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: — экзамена, квалификационного; — экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 03	— демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; — выстраивание	Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: —

	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.	экзамена, квалификационного; — экзамена 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, при проведении: — экзамена, квалификационного; — экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 3.2	— выстраивать каналы рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; — работать с нормативными документами в области рекламы; — выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности с учетом стандартов компетенции «Реклама».	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: — экзамена, квалификационного; — экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 3.3	— участников рекламной деятельности и их функции; —	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;

	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.	Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: экзамена, квалификационного экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ЦК 1. Коммуникация и кооперация в цифровой среде	— эффективное использование цифровых коммуникационных инструментов (мессенджеры, платформы для видеоконференций, корпоративные чаты, CRM-системы) для взаимодействия с командой, клиентами и партнёрами; — соблюдение норм цифрового этикета и информационной безопасности при онлайн-коммуникации; — способность организовывать совместную работу над проектами в цифровых средах (Trello, Notion, Miro, доски — по необходимости); — результативное участие в онлайн-совещаниях, вебинарах и презентациях.	Экспертное наблюдение выполнения практических работ в цифровой среде. Оценка коммуникационных сценариев в рамках кейс-задач. Защита проектов с демонстрацией навыков онлайн-коммуникации. Экзамен квалификационный.
ЦК 2. Саморазвитие в условиях неопределенности	— демонстрация способности самостоятельно осваивать новые цифровые инструменты и платформы по мере их появления; — готовность адаптировать стратегии и рабочие процессы при изменении алгоритмов, трендов или рекламных площадок; — проактивное изучение обновлений в сфере digital-маркетинга, ИИ-технологий, аналитики; — умение перестраивать план	Экспертное наблюдение в условиях решения нетиповых задач. Анализ портфолио и кейсов самостоятельного изучения инструментов. Оценка результатов курсового проектирования в условиях меняющихся вводных. Зачет.

	продвижения при отсутствии гарантированных результатов (А/В-тестирование, гипотезы, итерации).	
ЦК 3. Креативное мышление	— генерация оригинальных идей для контента, рекламных кампаний и форматов взаимодействия с аудиторией; — создание уникальных визуальных и текстовых материалов с использованием цифровых инструментов (Canva, Midjourney, нейросети для генерации контента); — нестандартный подход к решению задач продвижения при ограниченных бюджетах или жёстких KPI; — разработка креативных брифов и сценариев для рекламных форматов (баннеры, рилс, интерактив).	Оценка креативных элементов в составе курсовой работы (дизайн, концепция, сценарий). Защита проекта с демонстрацией визуальных и текстовых решений. Экспертное наблюдение при проведении мозговых штурмов на практических занятиях. Экзамен квалификационный.
ЦК 4. Управление информацией и данными	— умение собирать, структурировать и хранить данные из различных цифровых источников (соцсети, сайты, рекламные кабинеты, CRM, сервисы аналитики); — использование систем веб-аналитики (Яндекс.Метрика, Google Analytics 4, RoiStat) для сбора и интерпретации данных; — построение отчётов и дашбордов (Excel, Google Data Studio, Looker Studio, Tableau) для принятия решений; — соблюдение требований к защите персональных данных и конфиденциальности информации (152-ФЗ, GDPR, cookie-политика).	Экспертная оценка результатов выполнения практических работ по аналитике. Проверка отчётов и дашбордов, подготовленных в рамках курсового проекта. Кейс-задачи по интерпретации данных. Зачет.
ЦК 5. Критическое мышление в цифровой среде	— способность оценивать достоверность источников цифровой информации,	Экспертное наблюдение при разборе кейсов с фейковыми/искажёнными данными. Анализ аргументации в

	выявлять фейки, манипуляции и искажённые данные; — критический анализ эффективности рекламных инструментов: верификация метрик (CPC, CPM, ROAS, LTV) и отсечение «пустых» показателей (vanity metrics); — сравнение альтернативных цифровых платформ и стратегий с аргументированным выбором оптимального решения; — выявление логических и статистических ошибок при анализе результатов А/В-тестов и рекламных экспериментов.	составе защиты проекта. Кейс-задачи на верификацию данных и выбор оптимальной стратегии. Экзамен квалификационный.
--	--	---

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

42.02.001 Реклама

Объем профессионального модуля – 466 час.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама. укрупненная группа 42.00.00 — Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело

Разработчики

рабочей программы
профессионального
модуля:

ГБПОУ «МПК»

(место работы)

преподаватель

(занимаемая должность)

Герасимова С.В.

(инициалы, фамилия)

Рассмотрено:

«__»_____.

протокол №__

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля
2. Структура и содержание профессионального модуля
3. Условия реализации профессионального модуля
4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля

**1. Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля
ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных
креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях**

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее – программа ПМ) – является частью ООП СПО в соответствии с ФГОС СПО 42.02.01 «Реклама».

1.2. Цели и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающихся 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:

1.2.1. 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 и цифровых 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 компании
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет
ЦК 1.	Коммуникация и кооперация в цифровой среде

ЦК 2.	Саморазвитие в условиях неопределенности
ЦК 3.	Креативное мышление
ЦК 4.	Управление информацией и данными
ЦК 5.	Критическое мышление в цифровой среде

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 функционирование сайта; □ писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов;

	– создавать графические материалы рекламного характера; – находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; – разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; – составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; – создавать оригинальные, современные по стилю сайты; – разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; – использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; – повышать информационную наглядность сайтов; – создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.
Знать	– 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 466 часов,

в том числе в форме практической подготовки - 394 часа.

Из них на освоение МДК 440 часов

в том числе самостоятельная работа - 14

практики, в том числе учебная 72 часа

производственная 72 часа

Промежуточная аттестация – экзамен по модулю -12 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ 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						
					Другие виды учебных занятий	Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация	Учебная	Производственная
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ПК.4.1, ПК.4.2, ОК 01, ОК 02, ОК04, ОК 09 ЦК1- ЦК5	МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений	100	80	96	40	56	-	4	-	-	-
ПК.4.2, ПК.4.3, ОК01, ОК02, ОК03, ОК04, ОК05, ОК06, ОК09, ЦК1-ЦК5	МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	124	102	118	40	78	-	6	-	-	-
ПК.4.1, ПК.4.3, ОК01, ОК02, ОК03, ОК04, ОК05, ОК06, ОК09, цц1-ЦК5	МДК 04.03. Технология рекламного фото и видео	86	68	82	28	54	-	4	-	-	-
ПК.4.1, ПК.4.2, ПК.4.3, ОК01-ОК09, ЦК1-ЦК5	Учебная практика, часов	72	72	72	-	-	-	-	-	72	-
ПК.4.1, ПК.4.2, ПК.4.3, ОК01 - ОК09, ЦК1-ЦК5	Производственная практика, часов	72	72	72	-	-	-	-	-	-	72
	Промежуточная аттестация	12							12		
	Всего:	466	394	440	108	188	X	14	12	72	72

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов и тем ПМ, МДК	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся	Объём, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч
1	2	3
МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений		100/80
Раздел 1. Система корпоративной идентичности в рекламной деятельности		14/20
Тема 1.1. Система корпоративной идентичности, её основные функции и элементы	Содержание учебного материала	14/-
	1. Понятие системы корпоративной идентичности, фирменного стиля, бренд-айдентики. Бренд-айдентика и корпоративная айдентика. Брендбук, гайдлайн, логобук.	4
	2. Основные функции системы корпоративной идентичности. Влияние системы корпоративной идентичности на эффективность рекламной коммуникации.	2
	3. Основные элементы системы корпоративной идентичности. Методика разработки шрифтового логотипа. Виды визуальных знаков. Методика разработки графического знака.	4
	4. Причины и способы изменения корпоративной айдентики. Редизайн, рестайлинг, ребрендинг.	2
	5. Носители корпоративной идентичности: деловая документация, корпоративная одежда и транспорт, сувенирная продукция.	2
	Практические занятия	20
	Практическое занятие № 1. Разработка шрифтового логотипа и графического фирменного знака	4

	Практическое занятие № 2. Анализ корпоративной идентичности известных брендов. Составление «колеса бренда»	4
	Практическое занятие № 3. Формирование системы корпоративной идентичности	4
	Практическое занятие № 4. Разработка комплекса носителей корпоративного стиля	4
	Практическое занятие № 5. Разработка и защита проекта-концепции фирменного стиля	4
Раздел 2. Рекламное проектирование		26/36
Тема 2.1. Рекламное проектирование	Содержание учебного материала	8/-
	1. Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual.	2
	2. Рекламный текст и копирайтинг. Приёмы литературного тропа в создании креативной рекламы. Виды тропов.	2
	3. Работа с заказчиком. Заполнение и утверждение брифа. Бриф, дебриф, креативный бриф.	4
	Практические занятия	14
	Практическое занятие № 6. Проведение анализа, формирование ключевого рекламного решения	4
	Практическое занятие № 7. Анализ и оценка рекламы разных видов. Анализ и оценка интернет-рекламы	2
	Практическое занятие № 8. Создание инсайта, разработка рекламного текста	4
	Практическое занятие № 9. Создание ключевого визуального образа (Key visual). Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения нового товара на рынок	4
	Содержание учебного материала	8/-

Тема 2.2. Проектирование печатной рекламы	1. Проектирование печатной рекламы. Виды печатной рекламы. Технологии печатной рекламы.	4
	2. Проектирование BTL-рекламы. Виды POSM.	2
	3. Виды рекламы для сопровождения экспозиционной деятельности.	2
	Практические занятия	8
	Практическое занятие № 10. Разработка комплекса POSM	2
	Практическое занятие № 11. Традиционные и креативные формы в современной печатной рекламе	4
	Практическое занятие № 12. Выполнение эскиза рекламы с использованием особенности психологии цвета	2
Тема 2.3. Проектирование рекламы в онлайн-среде	Содержание учебного материала	4/-
	1. Основные виды рекламных носителей в онлайн-среде. Типы и структура сайтов.	2
	2. Контекстная и таргетированная реклама. Виды интернет-баннеров.	2
	Практические занятия	4
	Практическое занятие № 13. Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения в онлайн-среде	4
Раздел 3. Проектирование рекламного комплекса		
Тема 3.1. Проектирование наружной рекламы	Содержание учебного материала	2/-
	1. Виды наружной рекламы, конструктивные особенности, технологии создания.	2
	Практические занятия	4
	Практическое занятие № 14. Разработка комплекса и серии креативной наружной рекламы	4

Тема 3.2. Проектирование транзитной рекламы	Содержание учебного материала	4/-
	1. Виды транзитной рекламы.	4
	Практические занятия	4
	Практическое занятие № 15. Разработка комплекса транзитной рекламы	4
Самостоятельная работа	Исследование эволюции логотипов мировых брендов (Coca-Cola, Nike, Apple, McDonald's) — анализ причин изменений. Исследование методов воздействия на целевую аудиторию: рациональные и эмоциональные аргументы. Анализ психологии восприятия цвета и формы в рекламе (с примерами). Анализ структуры рекламного обращения: AIDA, ACCA, DIBABA — сравнительная характеристик.	4
Промежуточная аттестация –	комплексный дифференцированный зачёт	2
МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки		124/76
Раздел 1. Основы компьютерной графики		18/46
Тема 1.1. Основы векторной графики. Программа Adobe Illustrator	Содержание учебного материала	2/-
	1. Графические форматы. Векторная графика. Сравнительная характеристика векторной и растровой графики.	1
	2. Основные настройки и инструменты, навыки работы с объектами, работа с цветом, способы окрашивания объектов в Adobe Illustrator.	1
	Практические занятия	8
	Практическое занятие № 1. Рисунок из геометрических объектов. Создание логотипа	2

	Практическое занятие № 2. Работы с кривыми. Создание паттерна; Кисти. Создание текстурных векторных кистей	2
	Практическое занятие № 3. Векторный компьютерный рисунок с использованием кривых	2
	Практическое занятие № 4. Создание рекламного плаката	2
Тема 1.2. Векторная графика в Corel Draw	Содержание учебного материала	2/-
	1. Особенности работы в Corel Draw. Основные настройки и инструменты, навыки работы с объектами, работа с цветом, способы окрашивания объектов.	2
	Практические занятия	8
	Практическое занятие № 5. Создание простых фигур, логотипов, эмблем	2
	Практическое занятие № 6. Шрифтовой векторный плакат	2
	Практическое занятие № 7. Векторная рекламная открытка	2
	Практическое занятие № 8. Приемы работы с растровой графикой в Corel DRAW	1
	Практическое занятие № 9. Использование привязок объектов при точном рисовании и черчении в CorelDRAW	1
Тема 1.3. Основы растровой графики. Программа Photoshop	Содержание учебного материала	4/-
	1. Интерфейс программы Photoshop. Основные инструменты. Способы выделения.	1
	2. Понятия слоя. Работа со слоями, многослойные изображения.	1
	3. Работа с текстом и эффекты в растровой среде.	1
	4. Техника ретуширования. Цветовая и тоновая коррекции изображения.	1
	Практические занятия	10
	Практическое занятие № 10. Создание композиции с использованием готовых выделенных объектов	2

	Практическое занятие № 11. Создание многослойной монтажной композиции в растровой графике	2
	Практическое занятие № 12. Обработка фотографий в программе растровой графики	2
	Практическое занятие № 13. Размещение объектов с учётом перспективы	2
	Практическое занятие № 14. Создание рекламной листовки в программе Photoshop	2
Тема 1.4. Верстка в Adobe InDesign	Содержание учебного материала	2/-
	1. Базовые инструменты и настройки Adobe InDesign.	2
	Практические занятия	6
	Практическое занятие № 15 Работа с изображениями и верстка колонок	1
	Практическое занятие № 16. Сетки, шаблоны, выравнивание	1
	Практическое занятие № 17. Многополосная верстка	2
	Практическое занятие № 18. Верстка интерактивных файлов	2
Тема 1.6. Особенности работы с Adobe Animate	Содержание учебного материала	2/-
	1. Введение в Adobe Animate. Работа с графикой и объектами.	2
	Практические занятия	4
	Практическое занятие № 19. Основы анимации	2
	Практическое занятие № 20. Работа с символами и библиотекой	2
Тема 1.6. Видеомонтаж. Premiere Pro	Содержание учебного материала	2/-
	1. Освоение интерфейса, основные окна программы Premiere Pro	2
	Практические занятия	8

	Практическое занятие № 21. Работа со звуком: микшер дорожек и фрагментов, озвучка фильма	2
	Практическое занятие № 22. Цветокоррекция, стабилизатор деформации, вставка изображений в фильм	2
	Практическое занятие № 23. Монтаж видео переходов и эффектов	2
	Практическое занятие № 24. Финальный монтаж и экспорт видео	2
Тема 1.7. Нейросети и ИИ для рекламы	Содержание учебного материала	4/-
	Нейросети в рекламной деятельности. Инструменты ИИ для создания контента.	2
	Практические кейсы использования нейросетей в разработке рекламы	2
	Практические занятия	2
	Практическое занятие № 25. Работа с нейросетями в рекламе	2
Раздел 2. Значение рекламного контента для продвижения торговой марки		8/6
Тема 2.1. Рекламный контент как инструмент продвижения торговой марки	Содержание учебного материала	8/-
	1. Понятие рекламного контента. Виды, форматы и каналы рекламного контента.	2
	2. Контент-маркетинг. Контент-стратегия бренда. Контент-план.	2
	3. Виды контента: обучающий, развлекательный, новостной, продающий, пользовательский (UGC).	1
	4. Текстовая реклама: заголовки, слоганы, описание товара, продающие тексты.	1
	5. Визуальный контент: изображения, инфографика, видео, анимация. Инструменты для создания визуального контента (ИИ-сервисы).	2
	Практические занятия	6
	Практическое занятие № 26. Создание визуального контента с помощью ИИ	2

	Практическое занятие № 27. Разработка контент-плана на месяц	2
	Практическое занятие № 28. Разработка комплексной рекламной кампании в соцсетях	2
Раздел 3. Выполнение рекламных проектов в материале		14/24
Тема 3.1. Печатная рекламная продукция	Содержание учебного материала	4/-
	1. Технологические процессы печати, их преимущества и недостатки. Широкоформатная печать.	1
	2. Виды печатной продукции: постеры, листовки, буклеты, флаеры и многостраничные издания (брошюры, журналы, книги).	1
	3. Новые технологии проектирования и производства печатной продукции: 3D-печать, голографическая печать, лазерная печать, печать на холсте, светодиодная печать, ультрафиолетовая печать, гравировка, фрезерная и лазерная резка, флэш-технология.	2
	Практические занятия	8
	Практическое занятие № 29. Анализ современных видов печати и подбор технологий визиток и флаеров. Изучение форматов, постпечатная обработка. Изготовление макетов, печать	2
	Практическое занятие № 30. Анализ видов одностраничных каталогов, буклетов и лифлетов. Изготовление макетов, печать образцов	2
	Практическое занятие № 31. Анализ видов многостраничных каталогов, журналов, книг. Вёрстка и изготовление макетов, печать	2
	Практическое занятие № 32. Анализ современных видов сувенирной продукции. Изготовление макетов, печать образцов	2
	Содержание учебного материала	6/-

Тема 3.2. Реклама торгового предприятия. Реклама товарной продукции, упаковка	1. Комплексное решение рекламы торгового предприятия. Выбор рекламных носителей в зависимости от целевой аудитории. Наружная реклама. Вывески, растяжки, баннеры, штендеры.	2
	2. Витрины как средство рекламы. Классификация витрин. Требования к созданию витрин.	2
	3. Классические виды упаковок. Значение упаковки в продвижении товара. Этапы жизненного цикла упаковки. Технические требования. Проектирование упаковки. POS-материалы.	2
	Практические занятия	12
	Практическое занятие № 33. Создание в графических программах фронтального вида нестандартной рекламной конструкции. Выполнение объёмного макета из материалов	4
	Практическое занятие № 34. Оформление торгового зала указателями, воблерами, стикерами. Использование пиктограмм. Оформление ценников. Разработка рекламных плакатов	2
	Практическое занятие № 35. Проектирование витринных конструкций в графических программах. Передача пространства, цвета, освещения и объёма	2
	Практическое занятие № 36. Выбор продукта для упаковывания. Проектирование упаковки. Изготовление образца упаковки	4
Тема 3.3. Экспозиционная и транзитная реклама	Содержание учебного материала	4/-
	1. Рекламные экспозиции, их значение для продвижения организации и продукции. Экспозиционно-рекламные комплексы. Виды экспозиций.	2
	2. Виды и особенности размещения транзитной рекламы. Преимущества и недостатки транзитной рекламы.	2
	Практические занятия	4

	Практическое занятие № 37. Разработка конструктивных элементов экспозиции. Разработка и изготовление макета 3D	2
	Практическое занятие № 38. Разработка рекламы на транспорте в графических программах. Изготовление макета из материалов	2
Самостоятельная работа	Создание комплекта фирменной полиграфии (визитка, бланк, конверт, папка) в векторном редакторе. Разработка дизайна выставочного стенда для участия компании в отраслевой выставке. Создание анимированного баннера (HTML5 / GIF) для digital-рекламы. Создание POS-материалов для торгового пространства: воблер, шелфтокер, ценник. Создание дизайн-макета упаковки товара (развёртка коробки с нанесением элементов фирменного стиля). Исследование эффективности различных форматов диджитал-размещения (таргетинг, programmatic-закупка, native-реклама).	6
Промежуточная аттестация – комплексный дифференцированный зачёт		2
МДК.04.03 Технология рекламного фото и видео		86/54
Раздел 1. Выбор основных изобразительных средств рекламной фотографии		8/12
Тема 1.1. Использование студийного оборудования, технология фотографирования	Содержание учебного материала	2/-
	1. Особенности технологии прикладного использования студийного оборудования.	2
	Практические занятия	4
	Практическое занятие № 1. Схемы установки студийного освещения для решения основных задач рекламной фотосессии	2
	Практическое занятие № 2. Использование насадок и фильтров на приборы студийного освещения для создания специфического светового рисунка на рекламируемом объекте	2
	Содержание учебного материала	6/-

Тема 1.2. Работа над имиджевой фотографией, фотосессия предметов потребления	1. Фотографирование визуальных рекламных композиций.	2
	2. Фотосессия предметов потребления. Фотосессия имиджевого предмета.	2
	3. Креативная компоновка различных предметов в композицию для рекламного проекта.	2
	Практические занятия	8
	Практическое занятие № 3. Компоновка и финишное решение для рекламной композиции натюрморта предметов потребления. Подбор визуального ряда и текстового материала	4
	Практическое занятие № 4. Фотосессия имиджевого предмета. Подбор вариантов креативного решения освещения. Фотографирование визуального проекта имиджевой фотосессии	4
Раздел 2. Использование технологии создания рекламных фотокомпозиций		8/20
Тема 2.1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции	Содержание учебного материала	4/-
	1. Осуществление поиска рекламных идей.	2
	2. Художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы в жанрах.	2
	Практические занятия	12
	Практическое занятие № 5. Разработка авторского рекламного проекта	4
	Практическое занятие № 6. Создание визуальных образов с рекламными функциями	4
	Практическое занятие № 7. Создание визуальных образов с рекламными функциями (продолжение)	4
Тема 2.2. Производство рекламной фотопродукции	Содержание учебного материала	4/-
	1. Выбор и использование инструментов, оборудования, материалов и изобразительных средств.	2

	2. Практическое использование изобразительных средств оптики, фактуры, световых схем для создания имиджа рекламного продукта.	2
	Практические занятия	8
	Практическое занятие № 8. Создание модели, макета, сценария визуального решения объекта	4
	Практическое занятие № 9. Исполнение рекламного решения имиджа в визуальном образе	4
Раздел 3. Техника и технология рекламного видео		12/22
Тема 3.1. Способы формирования идеи. Запись идеи для дальнейшего видеопроизводства	Содержание учебного материала	4/-
	1. Логлайн. Синописис.	1
	2. Сценарий. Раскадровка.	1
	3. Трёхактная структура повествования.	2
	Практические занятия	6
	Практическое занятие № 10. Написание логлайнов к реальным фильмам и к своему воображаемому рекламному ролику	2
	Практическое занятие № 11. Написание сценария по логлайну к рекламному ролику	2
	Практическое занятие № 12. Создание раскадровки по сценарию рекламного ролика	2
Тема 3.2. Тритмент. Референсы	Содержание учебного материала	4/-
	1. Тритмент. Структура. Наполнение.	2
	2. Референсы.	2
	Практические занятия	6
	Практическое занятие № 13. Написание тритмента с опорой на логлайн и сценарий	2

	Практическое занятие № 14. Поиск референсов на профильных ресурсах	2
	Практическое занятие № 15. Сбор референсов для ролика, размещение в тритменте	2
Тема 3.3. Создание рекламного видеоролика по тритменту	Содержание учебного материала	4/-
	1. Основные принципы композиции кадра.	2
	2. 10 принципов монтажа.	2
	Практические занятия	8
	Практическое занятие № 16. Съёмка рекламного ролика с опорой на тритмент	4
	Практическое занятие № 17. Монтаж рекламного ролика согласно раскадровке	2
	Практическое занятие № 18. Финальная обработка и экспорт рекламного ролика	2
Самостоятельная работа	Съёмка для рекламной продукции: Создание фотографий для каталога товаров (5+ артикулов, единый стиль). Портретная ретушь: Обработка портрета для рекламного макета (Color grading, frequency separation, пластика кожи). Съёмка музыкального клипа: Разработка концепции, сценария, раскадровки, съёмка и монтаж видео-клипа (до 3 минут). Создание моушн-графики: Разработка анимированных элементов для рекламного видео (логотип, текст, графика).	4
Промежуточная аттестация – комплексный дифференцированный зачет		2
Учебная практика ПМ 04		72

Учебная практика по МДК 04.01. Виды работ 1. .Определение задач учебной практики. 2. Техника безопасности. 3. Проведение ситуационного анализа 4. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений 5. Разработка рекламной продукции по заданию заказчика	24
Учебная практика по МДК 04.02. Виды работ 1. Разработка и изготовление полиграфической продукции в тираже 2. Разработка и изготовление сувенирной продукции в тираже 3. Оформление витрин и торгового зала, мерчандайзинг	24
Учебная практика по МДК 04.02. Виды работ 1. Визуальная коммуникация с использованием рекламной фотографии. 2. Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии. 3. Составление рекламного брифа по задачам фотосъемки. 4. Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии. 5. Проведение фотосъемки и промежуточный анализ отснятого материала. 6. Жанр и стиль. Определение жанра и стиля рекламной фотосессии. 7. Персонажи, фотомодели. Объект и субъект. Натура, фотостудия. 8. Тестовые съёмки натуры для рекламной фотосессии. 9. Подготовка фотостудии для рекламной фотосессии (реквизит, аксессуары, набор осветительного оборудования и источников света). 10. Приобретение знаний композиции в составлении натюрморта. Фотографирование натюрморта со студийным светом. 11. Подбор оптики по свойствам, параметрам и творческим задачам. Приобретение знаний об оптической системе фотокамеры. Работа с объективами различных оптических систем. Организация и проведение фотосъемки. Компьютерная обработка фотографий с использованием простых приемов создания и обработки изображения.	24

Производственная практика ПМ 04	72
Производственная практика МДК 04.01. Виды работ 1. Характеристика предприятия, организационная структура предприятия. 2. Основные виды деятельности, ассортимент продукции, структура управления, должностные обязанности специалистов организации. 3. Получение задания, составление брифа, утверждение у заказчика 4. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений 5. Разработка рекламной продукции 6. Сдача проекта заказчику	24
Производственная практика МДК 04.02. Виды работ 1. Организация и подготовка выпуска, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. 2. Разработка и создание дизайна рекламной продукции: - выбор художественной формы реализации рекламной идеи; - создание визуального образа с рекламными функциями; - художественное конструирование рекламных продуктов по заданию.	24
Производственная практика МДК 04.03. 1. Комплексное фото сопровождение бренда, продукции, каталогизирование визуальных образов. 2. Создание конечного визуального продукта рекламной фотосессии. 3. Разработка имиджевого решения визуального ряда рекламируемого объекта. 4. Проведение фотосъемки и фотосессия предметов по заявке заказчика. 5. Съемка рекламного ролика (Написание сценария, раскадровки, съемка и монтаж) 6. Сдача проекта заказчику	24
Промежуточная аттестация – экзамен по модулю	12
Всего	466/218

3. Условия реализации профессионального модуля

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

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов: Мастерская «Реклама» (каб.330в), лаборатория «Фото-видео студия», и оснащенные базы практики.

Оборудование учебного кабинета, рабочих мест кабинета и технические средства обучения:

№ п/п	Наименование оборудования	Год приобретения	Инвентарный номер	Количество Примечание
1	Ноутбук игровой MSI Intel Core I5-10500H CPU @ 2.5.GHz	2022	2101240301, 2101240303- 2101240311, 2101240313- 2101240320	18
2	Телевизор LG 60LA620v/ Экран /1920x1080 Пикс			101340001
3	Мышь Logitech M100	2022	-	18
4	Роутер D-Link DIR 825	2022	2101340230	1
5	Огнетушитель	2022	К-332 75	1
6	Стол ученический	2022	-	7
7	Стол (брифинг зона, офисный)	2022	-	6
8	Стул чёрный офисный	2022	-	18
9	Стул ученический		-	13
10	Шкаф «Венге»	2022	-	1
11	Тумба под принтер «Венге»	2023	-	1
12	Принтер Xerox WC 5016	2023	-	1
13	Принтер HP ColorLaser Jet NFP M 281dn	2024	2101340214	1
14	Тумба белая 4 ящика	2024	-	1
15	Тумба белая 3 ящика	2024	-	1

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1. Основные печатные издания

1. Трищенко, Д. А. Разработка творческой концепции рекламного продукта : учебник для СПО / Д. А. Трищенко. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 152 с.

2. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 514 с.

3. Данилов, А. Идея, сценарий, дизайн в рекламе / А. Данилов. — М. : ДАН, 2021. — 252 с.

4. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе / Р. Ю. Овчинникова. — М. : Юнити-Дана, 2022. — 240 с.
5. Романычева, Э. Т. Дизайн и реклама. Компьютерные технологии / Э. Т. Романычева. — М. : ДМК Пресс, 2022. — 573 с.

3.2.2. Дополнительная литература

6. Бернбах, Б. Библия Билла Бернбаха: история рекламы, которая изменила рекламный бизнес / Б. Бернбах, Б. Левенсон. — М.: Издательство «Эксмо» ООО, 2021. — 288 с.
7. Бушков, Василий. Дизайн рекламы. 10 иллюстрированных уроков / Василий Бушков. — М.: Издательские решения, 2019. — 312 с.
8. Бхаскаран, Лакшми. Анатомия дизайна. Реклама, книги, газеты, журналы / Лакшми Бхаскаран. — М.: АСТ, Астрель, ОГИЗ, 2019. — 256 с.
9. Бхаскаран, Лакшми. Анатомия дизайна: реклама, книги, газеты, журналы / Лакшми Бхаскаран. — М.: АСТ, 2019. — 637 с.
10. Головач, В. В. Дизайн пользовательского интерфейса (v 1.2) / В. В. Головач. — М., 2020. — 138 с.
11. Голубятников, И. В. Дизайн. История, современность, перспективы: моногр. / И. В. Голубятников. — М.: ИЗД-ВО «МИР ЭНЦИКЛОПЕДИЙ», 2022. — 224 с.
12. Зурабова, Анастасия. Фуд-фотография. От теории к практике / Анастасия Зурабова. — М.: Эксмо, 2020.
13. 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.
14. Келби, С. Цифровая фотография. Т. 1 / С. Келби. — М.: Диалектика, 2020.
15. Коттон, Ш. Фотография как современное искусство / Ш. Коттон. — М.: Ад Маргинем, 2020.
16. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — М.: ДМК Пресс, 2019.
17. Курушин, В. Д. Дизайн и реклама. От теории к практике / В. Д. Курушин. — М.: ДМК Пресс, 2019. — 662 с.
18. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — М.: ДМК Пресс, 2020. — 270 с.
19. Марио, Прикен. Идеал. Стратегический менеджмент идей для маркетинга, рекламы, СМИ и дизайна: кузница идей — алхимия творчества / Прикен Марио. — М.: Дитон, 2020. — 743 с.
20. Мокшанцев, Р. И. Психология рекламы / Р. И. Мокшанцев. — М.: ИНФРА-М, 2020.
21. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования / Р. Ю. Овчинникова. — М.: Юнити-Дана, 2019. — 383 с.
22. Павловская, Елена. Дизайн рекламы: поколение NEXT / Елена Павловская. — М.: Питер, 2019. — 320 с.
23. Пайл, Д. Дизайн интерьеров и архитектура. 6000 лет истории / Д. Пайл. — М.: АСТ, 2020. — 285 с.

24. Пигулевский, В. О. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне / В. О. Пигулевский. — М.: Институт прикладной психологии «Гуманитарный центр», 2021. — 851 с.
25. Сьюзи, Ходж. Дизайн. Почему это шедевр. 80 историй уникальных предметов / Ходж Сьюзи. — М.: Синдбад, 2020. — 378 с.
26. Тангейт, Марк. Всемирная история рекламы / Марк Тангейт. — М.: Альпина Диджитал, 2018. — 634 с.
27. Тимофеева, М. А. Дизайн в Швеции. История концепций и эволюция форм / М. А. Тимофеева. — М.: РГГУ, 2020. — 304 с.
28. Тимофеева, М. А. Дизайн в Швеции. История концепций и эволюция форм / М. А. Тимофеева. — М.: РГГУ, 2020. — 774 с.
29. Уильямс, Р. Не дизайнерская книга о дизайне / Р. Уильямс. — М.: Инфра-М., 2020.
30. Фисун, П. К. Фотография. Школа мастерства / П. К. Фисун. — М.: АСТ: Кладезь, 2020.
31. Фотография: практическое руководство: 355 секретов и уникальных советов для самых удачных снимков. — М.: АСТ: Кладезь, 2020.
32. Эвами, М. Logo. Создание логотипов. Самые современные разработки / М. Эвами. — 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. Сайт: www.advertology.ru
9. Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.cprrd.ru/>.
10. Fototips.ru — советы по оборудованию, съёмке, обработке.
11. [Просты фокусы](http://Просты.фокусы) — ежедневные статьи по самым разнообразным темам для фотографов.
12. Photo-Monster — советы по фотосъёмке от профессионалов.
13. [Основы фотографии](http://Основы.фотографии) от онлайн-фотошколы.
14. Раздел «Культпросвет» на сайте Photograher.ru — статьи по теории и практике, а также вдохновляющие интервью.
15. Раздел уроков по категориям на сайте Russian.Photo.
16. Уроки фотографии, обработка фото, ретушь фотографий на [сайте журнала «Фотоиндустрия»](http://сайте.журнала.Фотоиндустрия).
17. Вдохновляющие советы на сайте Photomotion.ru.
18. 10 уроков по фотографии от фриланс-фотографа Джоди Костона (Jodie Coston).
19. Photomanual — доступно о фотографии.
20. ВАМР — уроки по мобильной фотографии
21. [Библиотека книг по фотографии](http://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 Зачет Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 02	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Устные выступления с презентацией Защита проектов Зачет Экспертное наблюдение выполнения практических работ Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 03	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности;	Осуществление самообразования, использование современной научной и

	- выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - осознанное планирование повышения квалификации	профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 04	- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей; - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе	Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий; Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий. Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.

ОК 05	- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы 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, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 06	- грамотно излагать свои мысли; - оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; - проявлять толерантность в рабочем коллективе.	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе; Экспертное наблюдение за выполнением работ. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.

ОК 09	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области.	Экспертное наблюдение за выполнением работ; Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации; Кейс-метод; Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена 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. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 4.2	- художественно редактировать растровые изображения, создавать рекламный плакат, в основе которого лежит фотомонтаж; - креативность, выразительность рекламной идеи, знание технологий изготовления рекламных носителей и широкоформатной печати, грамотное и качественное выполнение	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю.

	дизайн-проекта; - оригинальность рекламной идеи; - использование программ компьютерной графики.	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 4.3	- обоснованность выбора проектных технологий и инструментов; - уровень выполнения рекламных проектов на основе критериев: - актуальность; степень достижения - поставленной цели; - креативность; - изобразительная ценность; - обоснованность выводов и предложений; - характер (авторский или компилятивный); - использование смежных технологий и материалов; - эффективность.	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ЦК 1. Коммуникация и кооперация в цифровой среде	Выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией, аудиторией и киберпространством. Выбирает цифровые средства в соответствии с целями и задачами общения, организации взаимодействия или совместной работы (с учётом технических преимуществ и ограничений).	Экспертное наблюдение и оценка в ходе аудиторной и внеаудиторной учебной деятельности. Экспертное наблюдение в ходе коммуникации с педагогами и сокурсниками при выполнении проектных заданий, решения ситуационных задач и упражнений, практических заданий, тестирования. Портфолио.
ЦК 2. Саморазвитие в условиях неопределённости	Использует цифровые инструменты для планирования и организации собственной деятельности (цифровые календари, таск-трекеры, сервисы для целеполагания). Анализирует и оценивает собственные цифровые навыки, определяет зоны роста и выстраивает траекторию	Экспертное наблюдение и оценка в ходе аудиторной и внеаудиторной учебной деятельности. Самооценка, рефлексивные эссе, ведение дневника саморазвития. Портфолио.

	саморазвития. Адаптируется к изменениям в цифровой среде, осваивает новые сервисы и технологии. Проявляет готовность к непрерывному обучению в условиях быстро меняющихся технологий.	
ЦК 3. Креативное мышление	Предлагает несколько способов решения задачи, достижения цели. Выдвигает альтернативные варианты решений или действий. Знает и применяет цифровые инструменты и возможности искусственного интеллекта для генерирования/разработки идей, гипотез, поиска нестандартных решений (приложения для поиска ассоциаций, ментальные карты, онлайн-доски, инструменты для создания визуальных набросков, сервисы для создания заметок, брейншторминга, тестирования идей, для обмена идеями и т.п.). Использует сервисы для развития навыка нестандартного мышления.	Экспертное наблюдение и оценка в ходе аудиторной и внеаудиторной учебной деятельности. Экспертное наблюдение в ходе выполнения проектных и проблемных заданий, решения ситуационных упражнений и кейсов, практических заданий. Портфолио.
ЦК 4. Управление информацией и данными	Знает нормативно-правовые документы, регулирующие работу с информацией и её защиту в сети Интернет. Осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях, в том числе с использованием фильтров, ключевых слов. Знает и учитывает особенности различных поисковых сервисов. Извлекает информацию с электронных носителей, создаёт резервные копии документов/данных на	Экспертное наблюдение и оценка в ходе обязательной аудиторной и внеаудиторной учебной деятельности, на этапах производственной практики, стажировки и защиты итоговой квалификационной работы. Портфолио.

	различных носителях и в облачных сервисах. Использует средства ИКТ для просмотра, обработки и хранения информации. Сохраняет информацию в различных форматах, применяет программы и сервисы для перевода информации из одного формата в другой.	
ЦК 5. Критическое мышление в цифровой среде	Анализирует информацию, делает выводы и принимает решения на основе проверенной и достаточной информации. Сравнивает информацию из нескольких источников, определяет противоречия, отделяет факты от их интерпретации. Связывает между собой данные и информацию из различных источников, выбирает данные, в наибольшей степени подкрепляющие аргумент/гипотезу.	Экспертное наблюдение и оценка в ходе обязательной аудиторной и внеаудиторной учебной деятельности, на этапах производственной практики, стажировки и защиты дипломной работы (проекта). Портфолио.