

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна

Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий

Дата подписания: 26.08.2026 14:31:34

Уникальный программный ключ:

d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Северо-Кавказский федеральный университет»
Высшая школа креативных индустрий
Колледж креативных индустрий

УТВЕРЖДАЮ

Директор Высшей школы
креативных индустрий
А.Г. Садыкова

Рабочая программа профессионального модуля

ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

Специальность 42.02.01 Реклама
код наименование специальности

Форма обучения очная

Ставрополь, 2026 г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Минпросвещения России от 21 июля 2023 г. № 552 и примерной основной образовательной программы СПО, с учетом направленности на удовлетворение потребностей регионального рынка труда и работодателей.

Рабочая программа профессионального модуля разработана:

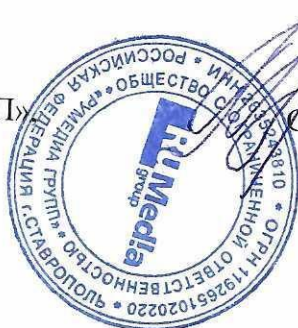
- 1 Волосуха Ульяна Юрьевна, ассистент департамента медиакоммуникаций ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»

фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание, место работы преподавателя

СОГЛАСОВАНО:

Представитель работодателя

Директор ООО «РУМЕДИА ГРУПП»
г. Ставрополь



Сухарева Е.А.

1. Паспорт рабочей программы профессионального модуля

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью образовательной программы СПО в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): 01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта, и соответствующих общих и профессиональных компетенций:

ПК 1.1 Определять целевую аудиторию и целевые группы;

ПК 1.2 Проводить анализ объема рынка;

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов;

ПК 1.4 Определять и оформлять цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;

ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 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 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

ОК 08 Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;

ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

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

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

иметь практический опыт:

- выявления основных и второстепенных конкурентов;
- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.

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;
- завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании;
- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;
- анализировать задачу и/или проблему и выделять ее 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 герменевтику;
- определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;
- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;
- презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план;
- рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования;
- определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности;
- презентовать бизнес-идею;
- определять источники финансирования;
- 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;
- описывать значимость своей специальности;
- применять стандарты антикоррупционного поведения;
- 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;
- использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей;
- применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности;
- пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности;
- 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:

- способов анализа рынка, целевой аудитории конкурентной среды;
- аудиторию различных средств рекламы;
- формы и методы работы с аудиторией, труда;
- технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования;
- 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;
- кредитные банковские продукты;
- психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности;
- основы проектной деятельности;
- особенности социального и культурного контекста;
- правила оформления документов и построения устных сообщений;
- сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей;
- значимость профессиональной деятельности по специальности;
- стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения;
- 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;
- роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека;
- основы здорового образа жизни;
- условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности;
- средства профилактики перенапряжения;
- 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.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего – 234 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 234 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 144 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 90 часов;
учебной и производственной практики – 72 часов.

2. Результаты освоения профессионального модуля

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности 01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1	Определять целевую аудиторию и целевые группы.
ПК 1.2	Проводить анализ объема рынка.
ПК 1.3	Проводить анализ конкурентов.
ПК 1.4	Определять и оформлять цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 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 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

3. Структура и содержание профессионального модуля

3.1. Тематический план профессионального модуля

3.1. Тематический план профессионального модуля											
Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего	В т.ч. в форме практ. подготовки	Объем профессионального модуля (часов)						Практика	
				Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (ов)							
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося				
				Всего	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия	в т.ч. курсовая работа (проект).	Всего	в т.ч. курсовая работа (проект).	Учебная	Производственная (по профилю специальности).	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
МДК.01.01	Методы исследования и сегментации	36	36	24	12	0	12	0	0	0	

целевой аудитории										
МДК.01.02	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	90	90	24	12	0	66	0	0	0
МДК.01.03	Исследование рынка: стадии развития и конкурентные стратегии	36	36	24	12	0	12	0	0	0
У11.01.01	Учебная практика по модулю «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта»	36	36	36						36
ПП.01.01	Производственная практика по модулю «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта»	36	36	36						36
Всего:		234	234	144	36	0	90	0	0	72

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Формируемые компетенции
1	2	3	4
Раздел ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта		*	ПК 1, ПК 2 **
МДК.01.01 Методы исследования и сегментации целевой аудитории		36	
Тема 1.1. Сущность и значение анализа целевой аудитории	Содержание		
	1. Сущность и значение изучения целевой аудитории.	12	
	2. Типы потребителей и модель потребительского поведения.	6	
	Лабораторные работы	6	
	1.	0	ПК 1, ПК 2
	Практические занятия	0	
	1. Определение целевого рынка.	6	
	2. Исследование потребительских предпочтений.	2	
	Содержание	4	ПК 1, ПК 2
	1. Процесс анализа целевой аудитории.	12	
Тема 1.2. Сегментация целевой аудитории: вопросы типологии	2. Классификация целевой аудитории	6	
	Лабораторные работы	6	
	1.	0	
	Практические занятия	0	ПК 1, ПК 2
	1. Работа с инструментами для анализа целевой аудитории из разных сегментов	6	
	2. Проведение целостного анализа целевой аудитории: тестирование	3	
		3	
		24	ПК 1, ПК 2
	МДК.01.02 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		
	Тема 2.1. Сущность и коммуникационных кампаний,		
	Содержание:		
	1. Понятие и цели рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий. Основные виды	12	
		6	

акций и мероприятий		рекламных и коммуникационных кампаний, и их задачи.	
	2.	Понятие брифа, виды брифов. Особенности разработки брифов.	6
	Лабораторные работы:		
	1.		0
	Практические занятия:		
	1.	Определение целей рекламной или коммуникационной кампании, акции, мероприятия.	2
	2.	Определение структуры брифа. Преобразование карточки объекта рекламирования в бриф.	2
	3.	Выбор вида рекламной или коммуникационной кампании.	2
	Содержание:		
	1.	Характеристика составляющих элементов рекламной кампании: проведение исследований рынка, формирование концепции рекламной кампании, разработка медиаплана, реализация кампании, определение эффективности кампании.	12
Тема 2.2. Разработка и оценка эффективности рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	2.	Оценка эффективности рекламных мероприятий.	6
	Лабораторные работы:		
	1.		0
	Практические занятия:		
	1.	Разработка рекламных идей.	6
	2.	Распределение каналов коммуникации на целевую аудиторию. Выделение целевых групп, на которые будут направлены различные мероприятия, акции.	2
	3.	Определение способов оценки эффективности исходя из целей кампаний.	2
	Содержание:		
	1.	Роль анализа рынка для бизнеса. Виды и методы исследований рынка.	12
МДК.01.03 Исследование рынка: стадии развития и конкурентные стратегии	2.	Структура и показатели анализа рынка. Основные этапы проведения исследования рынка.	6
	Лабораторные работы:		
	1.		0
	Практические занятия:		
	1.	Составление SWOT-анализа предприятия. Составление PEST-анализа предприятия.	6
	2.	Проведение ситуационного анализа рынка. Выявление тенденций рынка. Преобразование полученных данных и разработка концепции позиционирования продукта на рынке.	4
			2
	Содержание:		
	1.	Роль анализа конкурентов для бизнеса.	12
	2.	Этапы и структура исследования конкурентов.	6
Тема 3.1. Комплексное изучение рынка	Лабораторные работы:		
	1.		6
	Практические занятия:		
	1.	Составление карты конкуренции.	6
	2.	Оценка методов продвижения конкурентов. Построение стратегии позиционирования.	2
			4
	Содержание:		
	1.	Роль анализа конкурентов для бизнеса.	12
	2.	Этапы и структура исследования конкурентов.	6
	Лабораторные работы:		
Тема 3.2. Комплексное изучение конкурентов рынка и построения конкурентных стратегий	1.		0
	Практические занятия:		
	1.	Составление карты конкуренции.	6
	2.	Оценка методов продвижения конкурентов. Построение стратегии позиционирования.	2
			4
	Содержание:		
	1.	Роль анализа конкурентов для бизнеса.	12
	2.	Этапы и структура исследования конкурентов.	6
	Лабораторные работы:		
	1.		0
Консультации	Практические занятия:		
	1.	Составление карты конкуренции.	6
	2.	Оценка методов продвижения конкурентов. Построение стратегии позиционирования.	2
			4
	Содержание:		
	1.	Роль анализа конкурентов для бизнеса.	12
	2.	Этапы и структура исследования конкурентов.	6
	Лабораторные работы:		
	1.		0
	Практические занятия:		
Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 1.			
	1.	Работа с конспектами, учебной и специальной литературой (по параграфам, главам учебных пособий, указанным преподавателем).	90
	2.	Импорт и экспорт изображений, работа с растровыми изображениями.	
	3.	Специальные эффекты в векторной среде.	
	4.	Цветовая-тоновая коррекция фотографий.	
	5.	Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж.	
	Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы		
	1.	Работа с конспектами и со специальной литературой по маркетингу и рекламе (по	

параграфам и главам, указанным преподавателем). - Использование Интернета. - Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций, разработанных преподавателем. - Самостоятельное изучение факторов покупательского поведения. - Составление схемы собственного поведения при совершении покупки. - Подготовка сообщения для практической работы по выбранному сектору рекламного рынка. - Выполнение анализа и сегментирования рынка.		
Учебная практика Виды работ: - разработка брифа. - проведение первичного анализа рынка.	36	
Производственная практика (по профилю специальности) Виды работ - анализ состава рынка. - проведение сегментирования на рынке. - разработка плана проведения исследований потребителей. - разработка средств продвижения рекламы в средствах массовой информации и обоснование этих решений. - подготовка плана проведения рекламной кампании.	36	
Примерная тематика курсовых работ (проектов) - Основные этапы подготовки и проведения рекламной кампании. - Фактор и значение знаменитости в коммуникационном проекте. - Digital коммуникации как способ привлечения российской молодежной аудитории. - Бренды и звезды: рекламные кампании с участием знаменитостей. - Рекламная кампания кинофильмов: влияние использования юмористического контента на восприятие продукта российской молодежью. - Продвижение молодежных брендов и услуг с помощью инструментов digital-маркетинга. - Формирование лояльности пользователей услуг мобильной связи на примере (МТС и Tele2). - Маркетинговые коммуникации в индустрии моды на примере российских шоу-румов. - Реклама в метро: проблемы и перспективы. - Особенности восприятия образов искусства в рекламных коммуникациях. - Влияние технологии Product Placement на зрительскую оценку фильма. - Эффективность привлечения интернет-блогеров российскими брендами в сфере моды. - Влияние блогеров на продвижение косметического бренда. - Эффективность Product Placement в российском кинопрокате. - Коммуникационные технологии торговых центров для аудитории. - Особенности продвижения музея для разных возрастных групп посетителей (18-30; 31-45) на примере. - Коммуникационная стратегия продвижения спортивных брендов через музыкальное сопровождение на примере. - Технологии виртуальной и дополненной реальности в рекламе: эффективность при восприятии бренда целевой аудиторией. - Коммуникационные стратегии продвижения брендов в блогосфере. - Привлечение медийных личностей как способ продвижения бренда. - Продвижение бренда банков посредством мобильного приложения. - Социальные сети как инструмент продвижения мобильных приложений. - Стратегии продвижения мобильного приложения для сохранения и увеличения вовлеченности. - Коммуникационные онлайн-стратегии люксовых брендов в России. - Анализ эффективности product placement в кинематографе на примере среднего и премиум рынков одежды. - Оценка эффективности рекламных мероприятий. - Особенности проектирования рекламных кампаний в современных условиях. - Классификация рекламных кампаний. - Понятие комплексной рекламной кампании. - Оценка эффективности рекламных коммуникаций, постановка целей и задач. - Разработка и передача рекламного обращения. - Особенности наружной рекламы. - Разработка рекламной кампании товара.	-	

– Разработка рекламной кампании услуг. – Разработка рекламной кампании организации. – Разработка и реализация промоакции. – Разработка, проведение event мероприятия.		
Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе (проекту) – Составление плана работы. – Подбор методической и нормативной литературы. – Систематизация теоретических сведений. – Сбор и обработка фактических данных. – Работа над теоретическим разделом. – Анализ текущей ситуации предприятия. – Работа над практическим разделом. – Написание текста работы. – Подготовка к защите курсовой работы. – Защита курсовой работы.		
Всего	234	

4. Условия реализации профессионального модуля

4.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

помещения:						
№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, объектов физической культуры и спорта с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, объектов физической культуры и спорта (с указанием площади и номера помещения в соответствии с документами бюро технической инвентаризации)	Собственность или оперативное управление, хозяйство, ведение, аренда (субаренда), безвозмездное пользование, практическая подготовка	Полное наименование собственника (арендодателя, ссудодателя) объекта недвижимого имущества	Документ основания возникновения права (реквизиты и срок действия)
2	3	4	5	6	7	
ИМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта						
Методы исследования и сегментации целевой аудитории	Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оборудована мебелью на 124 посадочных места, магнитно-маркерной доской, мультимедийным оборудованием (короткофокусный мультимедиа-проектор с	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (170,2 кв. м, помещение № 209, этаж 3)	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно	

		подключением к сети Интернет и доступом в ЭИОС)				
		Помещение для самостоятельной воспитательной работы: аудитория оборудована учебной мебелью на 28 посадочных мест, учебной доской, магнитно-маркерной доской, мультимедийным оборудованием (короткофокусный мультимедиа-проектор, доска магнитно-маркерная, компьютер). Оснащена компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (61 кв. м, помещение № 84, этаж 1)	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно
		Помещение для самостоятельной воспитательной работы на 24 посадочных места, оснащенное компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (45,3 кв. м, помещение № 304, этаж 5)	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно
2.	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	и Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оборудована учебной мебелью на 124 посадочных мест, магнитно-маркерной доской, мультимедийным оборудованием (короткофокусный мультимедиа-проектор с подключением к сети Интернет и доступом в ЭИОС)	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (170,2 кв. м, помещение № 209, этаж 3)	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно
		Помещение для самостоятельной	355017, Ставропольский	Оперативное	РОССИЯ	Выписка из Единого

		воспитательной работы: аудитория оборудована учебной мебелью на 28 посадочных мест, учебной доской, магнитно-маркерной доской, мультимедийным оборудованием (короткофокусный мультимедиа-проектор, доска магнитно-маркерная, компьютер). Оснащена компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.	край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (61 кв. м, помещение № 84, этаж 1)	управлени с		государственно го реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ- 001/2024- 310395200 бессрочно
		Помещение для самостоятельной и воспитательной работы на 24 посадочных места, оснащенное компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (45,3 кв. м, помещение № 304, этаж 5)	Оператив ное управлени с	РОССИЯ	Выписка из Единого государственно го реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ- 001/2024- 310395200 бессрочно
3.	Исследования рынка: стадии развития и конкурент ные стратегии	Компьютерно- лингвфонный класс. Компьютерно- лингвфонный класс оборудован учебной мебелью на 25 посадочных мест, магнитно-маркерной доской, мультимедийным оборудованием (проектор), 25 персональными компьютерами. Имеется необходимый комплект лицензионного программного обеспечения	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (117,2 кв. м, помещение № 305, этаж 5)	Оператив ное управлени с	РОССИЯ	Выписка из Единого государственно го реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ- 001/2024- 310395200 бессрочно
		Помещение для самостоятельной и воспитательной работы: аудитория оборудована	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1	Оператив ное управлени с	РОССИЯ	Выписка из Единого государственно го реестра

	учебной мебелью на 28 посадочных мест, учебной доской, магнитно-маркерной доской, мультимедийным оборудованием (короткофокусный мультимедиа-проектор, доска магнитно-маркерная, компьютер). Оснащена компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.	(61 кв. м, помещение № 84, этаж 1)			недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно	
	Помещение для самостоятельной и воспитательной работы на 24 посадочных места, оснащенное компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (45,3 кв. м, помещение № 304, этаж 5)	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно	
1.	Экзамен по модулю «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта»	Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оборудована учебной мебелью на 12 посадочных мест, магнитно-маркерной доской, мультимедийным оборудованием (ноутбук, переносной проектор)	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (29,3 кв. м, помещение № 246, этаж 3)	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно

4.2. Информационное

4.2. Информационное обеспечение обучения

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

Основная 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.
- Дополнительная литература:
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>
- Интернет-ресурсы:
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.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Реализация рабочей программы профессионального модуля ПМ.01 Контроль Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта включает обязательное прохождение учебной и производственной практики. Учебная практика реализуется в мастерских/лабораториях Колледжа при наличии документации, оборудования, инструментов, расходных материалов, обеспечивающих выполнение всех видов работ, определенных содержанием рабочей программы профессионального модуля. Производственная практика реализуется в организациях отраслевого профиля, обеспечивающих деятельность обучающихся в профессиональной области и выполнение всех видов деятельности, определенных содержанием ФГОС СПО. В соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, реализация компетентного подхода предусматривает использование в образовательном процессе современных образовательных технологий, активных и интерактивных форм и методов проведения занятий, с целью формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся. Современные образовательные технологии, активные и интерактивные формы и методы проведения занятий, используемые в образовательном процессе представлены применением метода демонстрации, применения компьютерных и информационных технологий, метода «мозгового штурма».

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам):

Преподаватели дисциплин профессионального цикла, осуществляющие обучение по междисциплинарному курсу, входящему в состав профессионального модуля ПМ.01 Контроль Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта, имеют высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого курса и получают дополнительное

профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года.

Преподаватели дисциплин профессионального цикла, мастера производственного обучения, осуществляющие проведение учебной практики и руководство производственной практикой, имеют высшее образование по профилю специальности и проходят обязательную стажировку в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года.

5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)

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	Осуществление самообразования, использование современной

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

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

		практики.
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 определении метода проведения исследования рынка; - 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.
ПК1.3	- способность осуществлять сбор, систематизацию, обработку, стратегический анализ и оценку конкурентной среды.	Экспертная оценка в осуществлении стратегических анализов и оценки конкурентной среды, мониторинг и прогнозирование экономических процессов на макро- и микроуровнях и интерпретирует полученные результаты; Экспертная оценка в рамках текущего контроля: - результатов работы на практических занятиях; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - при выполнении и защите курсовой работы; - при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.

ПК 1.4	- аргументированность плана продвижения рекламного продукта (рекламной кампании) при взаимодействии с заказчиками; - точность выбора вида рекламной кампании; - обоснованность выбора методов и технологии осуществления оценки эффективности; - правильность и точность разработки средств размещения рекламного продукта в соответствии с требованиями нормативных документов.	Экспертная оценка в рамках текущего контроля: - результатов работы на практических занятиях; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - при выполнении и защите курсовой работы; - при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
--------	---	---