

ПРИЛОЖЕНИЕ 1
к ПОП-П по специальности
42.02.01 Реклама

РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МОДУЛЕЙ

СОДЕРЖАНИЕ

ПМ	Профессиональные модули	страницы
ПМ 01	ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА	2
ПМ 02	РАЗРАБОТКА И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО И ТАКТИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ И КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ, АКЦИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ»	20
ПМ 03	ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»	38
ПМ 04	СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ СООБЩЕНИЙ, ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И ТВОРЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ»	57
ПМ 05	ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ПРОФЕССИИ 11.010 «ФОТОГРАФ»	79

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

Волгоград, 2026г.

Разработчики рабочей программы профессионального модуля:	
ГАПОУ «ВСПК», Председатель ПЦК «Эстетических дисциплин»	А.Р. Анисимова
ГАПОУ «ВСПК», Преподаватель ПЦК «Эстетических дисциплин»	Л.Р. Галкина

Рабочая программа рассмотрена на заседании ПЦК эстетических дисциплин

Протокол заседания кафедры ПЦК эстетических дисциплин № 5 от 6.05.2026

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Общая характеристика	5
1.1. Цель и место профессионального модуля	
1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля	
2. Структура и содержание профессионального модуля	9
2.1. Трудоемкость освоения модуля	
2.2. Структура профессионального модуля	
2.3. Содержание профессионального модуля	
2.4. Курсовой проект (работа) (для специальностей СПО, если предусмотрено)	
3. Условия реализации профессионального модуля	14
3.1. Материально-техническое обеспечение	
3.2. Учебно-методическое обеспечение	
4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля.....	15

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.01 «ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение вида деятельности «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта».

Профессиональный модуль включен в обязательную часть образовательной программы

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленными в матрице компетенций выпускника (п. 4.3 ПОП-П).

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен¹:

Код ОК	Формулировка компетенции	Умения, Знания
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Умения:
		распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте
		анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части
		определять этапы решения задачи
		выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
		составлять план действия
		определять необходимые ресурсы
		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
		реализовывать составленный план
		оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания:
		актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
		основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте
		алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях
		методы работы в профессиональной и смежных сферах
		структуру плана для решения задач
		порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности

¹ Берутся сведения, указанные по данному виду деятельности в п. 4.2.

ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Умения:
		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
		Знания:
		номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации
		формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации
		порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Умения:
		определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
		применять современную научную профессиональную терминологию
		определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования
		выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
		презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
		рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
		определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности
		презентовать бизнес-идею
		определять источники финансирования
		Знания:
		содержание актуальной нормативно-правовой документации
		современная научная и профессиональная терминология
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
		основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности
		правила разработки бизнес-планов
		порядок выстраивания презентации
		кредитные банковские продукты
ОК 04	Эффективно	Умения:

	взаимодействовать и работать в коллективе и команде	организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания:
		психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
		основы проектной деятельности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Умения:
		грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
		Знания:
		особенности социального и культурного контекста;
		правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	Умения:
		соблюдать нормы экологической безопасности;
		определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства
		организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона
		Знания:
		правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности
		основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности
		пути обеспечения ресурсосбережения
		принципы бережливого производства
		основные направления изменения климатических условий региона
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Умения:
		понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы
		участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы
		строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности
		кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)
		писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы
		Знания:

		правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы	
		основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)	
		лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности	
		особенности произношения	
		правила чтения текстов профессиональной направленности	
Код ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ПК 1.1.	Умения: - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.	- способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудиторию различных средств рекламы; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.	- выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
ПК 1.2.	- производить качественные аналитические исследования рынка.	- методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.	- проведения анализа рынка; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.
ПК	- производить качественные	- отраслевую	- выявления

1.3.	аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.	терминологию; - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основ маркетинга.	основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
ПК 1.4.	-преобразовывать требования заказчика в бриф	- принципов выбора каналов коммуникации Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей	- определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий -Планирования системы маркетинговых коммуникаций - Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Трудоемкость освоения модуля

Наименование составных частей модуля	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	162	116
Курсовая работа (проект)	-	-
Самостоятельная работа	-	-
Практика, в т.ч.:	72	72
учебная	36	36
производственная	36	36
Промежуточная аттестация	18	-
Всего	252	188

2.2. Структура профессионального модуля

Код ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Обучение по МДК, в т.ч.:	Учебные занятия	Курсовая работа (проект)	Самостоятельная работа ²	Учебная практика	Производственная практика
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК.1.1, ПК.1.2, ПК.1.3, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	Раздел 1. Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	94	60		92	-	-		
ПК.1.4, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	Раздел 2. Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	76	56		70	-	-		
ПК.1.1, ПК.1.2, ПК.1.3, ПК.1.4 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	Учебная практика	36	36					36	
	Производственная практика	36	36						36
	Промежуточная аттестация	18							
	Всего:	252	188		162	-	-	36	36

2.3 Содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Код ПК, ОК
1	2	3	4
Раздел 1. Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов			
МДК 01.01 Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов		92ч	
Тема 1.1. Сущность и значение анализа целевой аудитории	Содержание	14	ПК.1.1, К.1.2, ПК.1.3, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07,
	1. Сущность и значение изучения целевой аудитории.	2	
	2. Типы потребителей	2	
	3. Модель потребительского поведения.	4	
	4. Процесс анализа целевой аудитории.	4	
	5. Каналы коммуникации	2	
	В том числе практических занятий и	42	

	лабораторных работ		ОК 09
	<i>Практическое занятие</i> Определение целевого рынка	4	
	<i>Практическое занятие</i> Подбор инструмента для проведения анализа	4	
	<i>Практическое занятие</i> Определение каналов коммуникации	4	
	<i>Практическое занятие</i> Исследование потребительских предпочтений	4	
	<i>Практическое занятие</i> Анализ факторов, влияющих на принятие решения о покупке для различных категорий потребителей.	4	
	<i>Практическое занятие</i> Анализ факторов, влияющих на принятие решения о покупке в организации.	4	
	<i>Практическое занятие</i> Сегментирование целевой аудитории	4	
	<i>Практическое занятие</i> Определение портрета целевой аудитории	6	
	<i>Практическое занятие</i> Работа с инструментами для анализа целевой аудитории	4	
	<i>Практическое занятие</i> Проведение целостного анализа целевой аудитории	4	
Тема 1.2. Комплексное изучение рынка	Содержание учебного материала	10	ПК.1.1, ПК.1.2, ПК.1.3, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	1. Роль анализа рынка для бизнеса.	2	
	2. Виды исследований рынка.	2	
	3. Методы исследований рынка	2	
	3. Структура и показатели анализа рынка.	2	
	4. Основные этапы проведения исследования рынка.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	10	
	<i>Практическое занятие</i> Выбор целевого сегмента рынка.	1	
	<i>Практическое занятие</i> Определение проблемы организации на рынке.	1	
	<i>Практическое занятие</i> Формулирование цели и задач исследования.	1	
	<i>Практическое занятие.</i> Составление плана проведения исследования рынка	1	
	<i>Практическое занятие</i> Определение источников для сбора необходимой информации.	1	
	<i>Практическое занятие</i> Составление SWOT-анализа предприятия.	1	
	<i>Практическое занятие</i> Составление PEST-анализа предприятия.	1	
	<i>Практическое занятие</i> Проведение ситуационного анализа рынка. Выявление	1	

	тенденций рынка		
	Практическое занятие. Произвести расчет объема, потенциала, темп роста рынка	1	
	Практическое занятие Преобразование полученных данных и разработка концепции позиционирования продукта на рынке	1	
Тема 1.3 Комплексное изучение конкурентов.	Содержание учебного материала	8	ПК.1.1, ПК.1.2, ПК.1.3, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	1. Роль анализа конкурентов для бизнеса	2	
	2. Этапы и структура исследования конкурентов	2	
	3. Методы исследования конкурентов	2	
	4. Обработка и преобразование результатов анализа конкурентов	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	8	
	Практическое занятие Составление карты конкуренции	1	
	Практическое занятие Проведение сравнительного анализа конкурентов	1	
	Практическое занятие Проведение сравнительного анализа ценовой политики конкурентов.	1	
	Практическое занятие Определение позиционирования всех участников на рынке	1	
	Практическое занятие Оценка методов продвижения конкурентов	1	
	Практическое занятие Оценка технологического уровня конкурентов	1	
	Практическое занятие Оценка конкурентных преимуществ/недостатков	1	
	Практическое занятие Оценка и сравнение ключевого потребителя конкурентов	1	
	Патт (диф. зачет)	2	
Раздел 2. Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий			
МДК 01.02 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		76	
Тема 2.1. Сущность рекламных и коммуникационных кампаний	Содержание	14	ПК.1.4, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	1. Понятие брифа, виды брифов	1	
	2. Понятие и цели рекламных и коммуникационных кампаний	1	
	3. Основные виды рекламных и коммуникационных кампаний, и их задачи	1	
	4. Классификация рекламных и коммуникационных кампаний	1	
	5. Теоретические принципы организации рекламной и коммуникационной кампаний	1	
	6. Характеристика составляющих элементов рекламной кампании: проведение исследований рынка, формирование концепции рекламной кампании, разработка медиаплана, реализация	2	

	кампании, определение эффективности кампании		ПК.1.4, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	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	1	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	56	
	<i>Практическое занятие</i> Определение структуры брифа. Преобразование карточки объекта рекламирования в бриф	4	
	<i>Практическое занятие.</i> Создание брифа и оценка соответствия его поставленной задаче	6	
	<i>Практическое занятие.</i> Определение целей рекламной или коммуникационной кампании	4	
	<i>Практическое занятие.</i> Выбор вида рекламной или коммуникационной кампании	4	
	<i>Практическое занятие.</i> Определение каналов продвижения торговой марки	4	
	<i>Практическое занятие</i> Определение перспективных каналов в интернет-среде	4	
	<i>Практическое занятие</i> Разработка рекламных идей	8	
	<i>Практическое занятие.</i> Распределение каналов коммуникации на целевую аудиторию. Выделение целевых групп, на которые будут направлены различные мероприятия, акции	6	
	<i>Практическое занятие .</i> Определение сроков проведения рекламной или коммуникационной кампании	4	
	<i>Практическое занятие.</i> Определение предварительной оценки бюджета	6	
	<i>Практическое занятие.</i> Определение способов оценки эффективности исходя из целей кампаний	6	
Итого		6	
Патт. (экзамен)		6	
Учебная практика		36	ПК.1.1, ПК.1.2, ПК.1.3, ПК.1.4 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
Виды работ			
— разработка брифа. проведение первичного анализа рынка.			
Производственная практика		36	ПК.1.1, ПК.1.2, ПК.1.3, ПК.1.4 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
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.		
Патт. (экзамен ПМ)	10	
Всего	252	

² Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Материально-техническое обеспечение

Кабинет Общепрофессиональных дисциплин и МДК, оснащенный в соответствии с п. 6.1.2. образовательной программы по специальности.

Лаборатория/ мастерская «Информационных и коммуникационных технологий», оснащенная в соответствии с п. 6.1.2. образовательной программы по специальности.

Мастерские: «Веб-дизайн и разработка» и «Программные решения для бизнеса», оснащенные в соответствии с п. 6.1.2. образовательной программы по данной специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2. образовательной программы по специальности.

Учебно-методическое обеспечение

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

Основные печатные и/или электронные издания

1. Лукина А.В. Маркетинг товаров и услуг: учеб. Пособие/ А.В.Лукина. -М.: ФОРУМ, 2020. -240 с
2. Кнышова Е.Н. Маркетинг: учеб. Пособие для средн. проф. образования/ Е.Н.Кнышова. - М.: ФОРУМ -ИНФРА-М, 2017. -282с. -("Проф. образование")
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. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/288947> (дата обращения: 03.08.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4. Поведение потребителей: Учебное пособие / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов. - М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020 - 152 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-8199-0580-7. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=356130>
5. Поведение потребителей: учебник / под общ. ред. О. Н. Романенковой. —Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2020. — 320 с. - ISBN 978-5-9558-0404-0. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=356056>
6. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 307 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16625-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531393>
7. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4561-4. — Текст : электронный //

Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507803>

8. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 224 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9651-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513759>

9. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511785>

Дополнительные источники

1.Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учеб. Пособие/ П.С.Завьялов. - М.: ИНФРА Лукина А.В. Маркетинг/ А.В.Лукина. -5-е изд., испр.и доп. -М.: ФО-РУМ, 2008. - 240с. - ("Профессиональное образование")

2.Маркетинг: учебник, практикум и учебно-метод. Комплекс по маркетингу/ Р.Б.Ноздрева, Г.Д.Крылова и др. -М.: Юристъ, 2002. -568с.

Маркетинг: Учебный компьютерный курс. -Второе издание. -Саратов: Диполь, 2007. -СД. - (Вузовская серия)

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

4.Наумов, В. Н. Поведение потребителей: учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 345 с. + Доп. Материалы — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1014653. - ISBN 978-5-16-015021-5.

5.Блюм М.А. Маркетинг рекламы: учеб. пособие для СПО/ М.А.Блюм, Б.И.Герасимов, Н.В.Молоткова. -М.: ФОРУМ, 2018. -144 с-М, 2008. -496с... -("Высшее образование")

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

7.Журнал "Практика Рекламы"

8.Журнал "Рекламные идеи"

9.Журнал "Мир этикетки"

10.Журнал "Лаборатория рекламы"

11.Журнал «Со-Общение»

12.Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования»

13.Журнал “Маркетинг Менеджмент”

14.Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»

15.Журнал о маркетинге «Маркетинг Pro»

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоенности компетенций)	Формы контроля и методы оценки³
-----------------------	--	---

³ Примеры оформления формы контроля: контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, защита курсовых и дипломных проектов (работ), экзамены. Примеры оформления методов оценки: интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.

ПК 1.1	- анализ требований целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка; - полнота и точность выявления целевых групп; - обоснованность решений при определении метода проведения исследования; - демонстрация умений поиска и применения нормативных документов.	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 1.2	- полнота и точность анализа рынка; - демонстрация знаний о характеристиках и составе рекламного рынка; - обоснованность решений при определении метода проведения исследования рынка; - демонстрация умений поиска и применения нормативных документов.	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
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	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.

	рекламного продукта в соответствии с требованиями нормативных документов.	
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 планирование повышения квалификации	Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных

		компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 04	- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей. - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе.	Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий; Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 05	- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельность выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе; Экспертное наблюдение за выполнением работ. 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 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,	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.

	охраны труда при организации образовательного процесса.	
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.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.02 «РАЗРАБОТКА И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО И
ТАКТИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ И
КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ, АКЦИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ»

Волгоград, 2026г.

Разработчики рабочей программы профессионального модуля:	
ГАПОУ «ВСПК», Председатель ПЦК «Эстетических дисциплин»	А.Р. Анисимова
ГАПОУ «ВСПК», Преподаватель ПЦК «Эстетических дисциплин»	Л.Р. Галкина

Рабочая программа рассмотрена на заседании ПЦК эстетических дисциплин

Протокол заседания кафедры ПЦК эстетических дисциплин №5 от 6.05.2026

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Общая характеристика	23
1.1. Цель и место профессионального модуля	
1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля	
2. Структура и содержание профессионального модуля	28
2.1. Трудоемкость освоения модуля	
2.2. Структура профессионального модуля	
2.3. Примерное содержание профессионального модуля	
2.4. Курсовой проект (работа)	
3. Условия реализации профессионального модуля	38
3.1. Материально-техническое обеспечение	
3.2. Учебно-методическое обеспечение	
4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля.....	39

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ 02 РАЗРАБОТКА И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО И ТАКТИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ И КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ, АКЦИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ»

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение вида деятельности «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий».

Профессиональный модуль включен в обязательную часть образовательной программы

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленными в матрице компетенций выпускника (п. 4.3 ПОП-П).

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен⁴:

Код ОК	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Умения:
		распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте
		анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части
		определять этапы решения задачи
		выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
		составлять план действия
		определять необходимые ресурсы
		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
		реализовывать составленный план
		оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания:
		актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
		основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте
		алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях
		методы работы в профессиональной и смежных сферах
		структуру плана для решения задач
		порядок оценки результатов решения задач

⁴ Берутся сведения, указанные по данному виду деятельности в п. 4.2.

		деятельности
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Умения:
		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
		использовать современное программное обеспечение
		использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач
		Знания:
		номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации
		формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации
		порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Умения:
		определять актуальность нормативно-правовой в профессиональной деятельности
		применять современную научную профессиональную терминологию
		определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования
		выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
		презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
		рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
		определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной
		презентовать бизнес-идею
		определять источники финансирования
		Знания:
		содержание актуальной нормативно-правовой документации
		современная научная и профессиональная терминология
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
		основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности
		правила разработки бизнес-планов
		порядок выстраивания презентации
		кредитные банковские продукты
ОК 04	Эффективно	Умения:

	взаимодействовать и работать в коллективе и команде	организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания:
		психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
		основы проектной деятельности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Умения:
		грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
		Знания:
		особенности социального и культурного контекста;
		правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	Умения:
		соблюдать нормы экологической безопасности;
		определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности
		по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства
		организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона
		Знания:
		правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности
		основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности
		пути обеспечения ресурсосбережения
		принципы бережливого производства
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Умения:
		понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы
		участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы
		строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности
		кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)
		писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы
		Знания:
		правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы

		основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)
		лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности
		особенности произношения
		правила чтения текстов профессиональной направленности

Код ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ПК 2.1.	-определять ключевые цели рекламной кампании -формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК -осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения -определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание -определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки -определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач -определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории) -определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности -учитывать мнение заказчика при планировании РК -использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций.	-методики рекламного планирования -инструментов рекламного планирования -систему маркетинговых коммуникаций -виды и инструменты маркетинговых коммуникаций -принципы выбора каналов коммуникации -аудиторию различных средств рекламы -отраслевую терминологию -формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда -технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций -принципы стратегического и оперативного планирования РК -виды запросов пользователей в поисковых системах интернета -особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете -принципы функционирования современных социальных медиа -виды и инструменты маркетинговых коммуникаций -важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании -важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.	планирования системы маркетинговых коммуникаций

ПК 2.2.	-составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды -разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций	-важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных	-разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
	продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг -создавать план РК с учетом поставленных целей и задач -осуществлять медиапланирование -определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета -эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ -осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний -преобразовывать требования заказчика в бриф -доводить информацию заказчика до ЦА -использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании -уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия -использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям -использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.	носителей -логику и структуру плана рекламной кампании -логику и структуру медиаплана структуру брифа и требования к нему -важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании	

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Трудоемкость освоения модуля

Наименование составных частей модуля	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	134	97
Курсовая работа (проект)	20	20
Самостоятельная работа	-	-
Практика, в т.ч.:	72	72
учебная	36	36
производственная	36	36
Промежуточная аттестация	18	-
Всего	276	189

2.2. Структура профессионального модуля

Код ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Обучение по МДК, в т.ч.:	Учебные занятия	Курсовая работа (проект)	Самостоятельная работа ⁵	Учебная практика	Производственная практика
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 2.1, ОК01-ОК05, ОК07, ОК09	Раздел 1. МДК 02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	68	32		64	20	-		
ПК 2.2, ОК01-ОК05, ОК07, ОК09	Раздел 2. МДК 02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	126	65		122	-	-		
ПК 2.1, ПК 2.2, ОК01-ОК05, ОК07, ОК09	Учебная практика	36	36					36	
	Производственная практика	36	36						36
	Промежуточная аттестация	18							
	Всего:	276	169		186	20	-	36	36

2.3. Примерное содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Код ПК, ОК
1	2	3	4
Раздел 1. Стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		68	
МДК 02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий			

Тема 1. Стратегическое планирование маркетинговых коммуникаций организации	Содержание учебного материала 1. Стратегия и тактика в маркетинге. 2. Виды стратегий в маркетинге: бизнес-стратегия, маркетинговая стратегия, стратегия маркетинговых коммуникаций-взаимосвязь целей, задач, инструментов... 3. Влияние стратегии деятельности фирмы на ее коммуникационную политику. 4. Субъекты коммуникационной политики. 5. Структура коммуникационной политики: коммуникационная стратегия, план маркетинговых коммуникаций бюджет. 6. Конкурентные стратегии.	6	ПК 2.1, ОК01- ОК05, ОК07, ОК09
	Практические занятия Анализ коммуникационной политики компании (по выбору) на основании ее присутствия в публичном пространстве.	4	
Тема 2 Комплекс маркетинговых коммуникаций	Содержание учебного материала 1. Понятие коммуникации и ее основные виды. 2. Личные, межличностные, групповые, организационные, массовые, глобальные коммуникации. 3. Основные функции коммуникации. 4. Этапы развития коммуникации 5. Коммуникативное пространство в маркетинге 6. Цели маркетинговых коммуникаций. 7. Система маркетинговых коммуникаций организации. 8. Место маркетинговых коммуникаций в маркетинге.	8	ПК 2.1, ОК01- ОК05, ОК07, ОК09
	Практические занятия 1. Разбор специфики ATL и BTL коммуникаций. 2. Место BTL –инструментов в структуре интегрированных маркетинговых коммуникаций. 3. Специфика основных видов маркетинговой коммуникации: реклама, PR, стимулирование сбыта, личные продажи, прямой маркетинг. 4. Модели МК: классическая модель, транзакционный маркетинг, маркетинг взаимоотношений. 5. Подобрать видеоролики известных брендов с целью использования в них разных уровней коммуникации: личные, межличностные, групповые, организованные и др. Подготовить презентацию. Защитить в группе.	10	
Тема 3 Основы организации и проведения рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий	Содержание учебного материала 1. Коммуникационная акция, коммуникационная кампания и коммуникационная программа: определения, сравнительная характеристика. Рекламная и коммуникационная кампания: основные понятия и положения. 2. Комплексная рекламная и PR кампании: коммуникативная общность, целевое и функциональное различия, цели и задачи. Интегрирование комплекса МК в структуру комплексной коммуникационной кампании как основа достижения высокой эффективности программы продвижения. 3. Синергетический эффект маркетинговых	4	ПК 2.1, ОК01- ОК05, ОК07, ОК09

	коммуникаций. Классификация рекламных и коммуникационных кампаний. (По объекту продвижения – имиджевая, продуктовая, торговая. По целям – вывод продукции на рынок, увеличение сбыта товаров/услуг, поддержание динамики продаж. По охвату – локальная, региональная, национальная, международная рекламная кампания. По целевой аудитории – конечные потребители продукции (B2C), сегмент B2B, смешанные ЦА. По используемым средствам – комплексная или симплексная РК. По длительности – краткосрочная, среднесрочная, долгосрочная. По активности воздействия – интенсивность РК может возрасти, упасть или держаться в одном диапазоне.) 4. Типология кампаний по целям, сферам применения, масштабам, длительности, технологиям. Проблема планирования и предсказуемости рекламного эффекта.		
	Практические занятия 1.2.3.4. Разбор коммуникационных кампаний известных брендов разных видов по объекту продвижения – имиджевой, товарной, торговой; по различным типам аудитории – в сегментах B2C, B2B, по целям продвижения – вывод новой ТМ на рынок, увеличение сбыта товаров, поддержание динамики продаж.	4	ПК 2.1, ОК01-ОК05, ОК07, ОК09
Тема 4. ВТЛ, директ маркетинг, продвижение в местах продаж. Их роль и место в структуре коммуникационных кампаний	Содержание учебного материала 1. ВТЛ: функции, задачи, основные направления и формы. 2. Директ-маркетинг в системе маркетинговых коммуникациях. 3. Тенденции директ-маркетинга. Direct mail (почтовые рассылки) как инструмент воздействия на целевую аудиторию. 4. Адресные и безадресные рассылки. 5. Организация рассылки, адресные базы данных, брокеры, покупка базы. 6. Подготовка материалов, написание письма. 7. Торговля по каталогу. 8. Телемаркетинг в системе директ-маркетинговых инструментов. 9. Телемаркетинг входящий и исходящий. Call центры. 10. Телемаркетинг в исследованиях целевых потребителей \ клиентов. 11. Классические директ-маркетинговые акции - B2C и B2B (акции, направленные на деловых партнеров и Акции, направленные на конечных потребителей). 12. Одноступенчатые и многоступенчатые ДМ-акции. 13. Виды продвижения в местах продаж. 14. Мерчандайзинг: выкладка товара и реклама в местах продаж. 15. Организация акций в местах продаж: виды, цели и задачи, механика, бюджет, оценка эффективности. 16. Организация sales promotions (промоакции, стимулирующие продажи) и brand promo's (имиджевых	6	ПК 2.1, ОК01-ОК05, ОК07, ОК09

	мероприятий). 17.Работа промо-персонала (Сэмплинг). 18.Программы “Mystery shopping”/ “Таинственный покупатель”. 19.Комплексный подход к продажам продуктовой категории в розничной точке (Категорийный менеджмент).		
	Практические занятия (4) 1.Проанализировать не менее пяти рассылок, поступающих на личную почту. 2.Составить письмо для e-mail рассылки и коммерческое предложение в рамках своего проекта 3. Составить электронную базу партнеров своего проекта (для использования рассылки) 4.Составить телефонную анкету. Подготовить коммерческое предложение по своему проекту. 5. Проанализировать промоакции в любой из выбранных торговых сетей	4	ПК 2.1, ОК01-ОК05, ОК07, ОК09
Тема 5. Event-маркетинг как технология организации событий	Содержание учебного материала (4) 1.Принципы организации event-мероприятий. Events в структуре маркетинговых коммуникаций. 2.Events как вид PR -деятельности. Event-мероприятия как канал продвижения компании, технология брендинга. 3.Event-менеджмент как методы и приемы управления отдельными бизнес-проектами. 4. Принципы классификации event-мероприятий. 5.Типология eventмероприятий. 6.Виды event-мероприятий по группам: BTL (промо мероприятия), HR events (корпоративные мероприятия), Trade events (деловые специальные мероприятия), массовые Special events (специальные мероприятия) 7.Классификация event-мероприятий в соответствии с маркетинговой средой и их функциональные задачи. 8.Событийная составляющая event-мероприятий: события реальные и организованные, корпоративные и открытые. 9.Информационный повод как основа организации и проведения event - мероприятия. 10.Проектирование eventмероприятий на основе модели жизненного цикла event- мероприятия. по Дж. Голдблатту: исследование, разработка, планирование, координация, оценка. 11. Этапы организации и проведения event-мероприятия.	4	ПК 2.1, ОК01-ОК05, ОК07, ОК09

	Практические занятия (6) 1. Разбор практики проведения открытого и корпоративного event-мероприятия. 2. Проектирование event-мероприятия на основе избранных моделей классификации в соответствии с индивидуальным рекламным проектом в соответствии со следующей структурой: – Этапы планирования и проведения event-мероприятия. Выбор вида и формы event-мероприятия для проекта (индивидуально по заданной теме) – Разработка брифа на проведение event-мероприятия – Создание плана event- мероприятия. Формат XMind. – Подбор партнеров, спонсоров, подрядчиков. Подготовка документов и правила работы – Управление организационно-техническими аспектами event мероприятий – Аренда помещения и оборудования. – Разработка бюджета мероприятия	6	ПК 2.1, ОК01-ОК05, ОК07, ОК09
Тема 6. Стимулирование сбыта как инструмент маркетинговых коммуникаций	Содержание учебного материала (4) 1.Определение стимулирования сбыта. 2.Сущность, преимущества и недостатки СТИС. 3.Постановка целей и задач в сфере стимулирования сбыта. 4.Особенности стратегических, тактических и оперативных целей стимулирования. 5.Сбытовой аппарат фирмы, посредник и потребитель как основные группы воздействия. 6.Методы стимулирования сбыта. 7.Виды скидок. Купоны, конкурсы, лотереи, игры. 8.Алгоритм выбора средств стимулирования для конкретной программы стимулирования сбыта. 9.Разработка и реализация комплексной программы стимулирования сбыта. 10.Общее и избирательное стимулирование покупателей. 11.Стимулирование сферы торговли и потребителей. 12.Цели и задачи стимулирования сферы торговли. 13.Стратегия и методы стимулирования продавцов и посредников. 14.Стимулирование торговли при пробных и повторных покупках. 15.Способы стимулирования пробных и повторных покупок потребителями	4	ПК 2.1, ОК01-ОК05, ОК07, ОК09
	Практические занятия (4) 1.Разбор успешных кейсов по проведению акций по стимулированию сбыта. 2.Обосновать как используются нормы права при организации мероприятий по стимулированию сбыта. 3.Разработать проект комплексной программы по стимулированию сбыта для маркетингового использования различных методов стимулирования сбыта: скидки, купоны, конкурсы, лотереи, игры.	4	ПК 2.1, ОК01-ОК05, ОК07, ОК09

[illegible]

	выделенными этапами РК. Практика работы с индивидуальным рекламным проектом		ОК07, ОК09
Тема 2.3. Позиционирование, как разработка стратегии бренд-коммуникационной кампании	Содержание учебного материала (6) 1.Цели и значение позиционирования. 2.3.4. Этапы процесса разработки позиционирования: определение целевого рынка, оценка текущего восприятие торговой марки и конкурентов, разработка и тестирование возможных концепций позиционирования товара, написание стратегии позиционирования, а также контроль конкурентоспособности утвержденной стратегии в дальнейшем. Особенности позиционирования товаров и услуг в условиях различных рынков. Основные приемы позиционирования. Современные виды позиционирования товара: позиционирование против товарной категории, принцип «проблема — решение», ассоциативный (имиджевый) метод позиционирования, противопоставление торговой марки определенному конкуренту, метод использования продукта, позиционирование по типу потребителя, по основной выгоде использования товара, по отличительным характеристикам.	6	ПК 2.1, ОК01- ОК05, ОК07, ОК09
	Практические занятия (16) 1.Метафора войны в маркетинге. 2.Понятие маркетинговых войн Э. Райса и Дж. Траута. 3.Их влияние на выбор стратегии. 4.Подобрать примеры реальных рыночных ситуаций. Контрольная работа №2. По книге Э. Райс, Дж. Траут. Маркетинговые войны. С-Пб,2021). 5.Практика работы с индивидуальным рекламным проектом	16	ПК 2.1, ОК01- ОК05, ОК07, ОК09
Тема 2.4 Проектирование творческой концепции стратегии бренд-коммуникационной кампании.	Содержание учебного материала (8) 1.Творческая стратегия, как основа содержательно-смыслового наполнения информационного пространства для целевой аудитории коммуникационной кампании. 2.Формирование творческой идеи и особенности ее реализации. 3.Поиск творческих решений методом направленных ассоциаций. 4.Процесс оформления творческой идеи и создание стратегии обращения. 5.Реализация творческой стратегии. 6.Основные типы рекламных стратегий обращения. 7.Рационалистические и проекционные (трансформационные) стратегии: их достоинства, недостатки критерии эффективности. Термины USP (уникальное товарное утверждение) и ESP (Эмоциональное торговое предложение) в широком понимании. 8.Факторы, влияющие на выбор стратегии обращения.	8	ПК 2.1, ОК01- ОК05, ОК07, ОК09

	Практические занятия Посмотрите не менее 10 сайтов, продвигающих такую же торговую марку, как и ваша, и определите, есть ли в торговом предложении продающая идея. На основе таблицы соответствия проанализируйте варианты перечисленных фактов вашего ТМ и ТМ конкурентов могут стать продающей идеей для вашего товара. Практика работы с индивидуальным рекламным проектом Контрольная работа №2. Метафора войны в маркетинге. Понятие маркетинговых войн Э. Райса и Дж. Траута. Их влияние на выбор стратегии. (Э. Райс, Дж. Траут. Маркетинговые войны. - С-Пб, 2021). Анализ удачных и неудачных маркетинговых действий торговых сетей: «Магнит». «ВкусВилл», «Дикси». «Седьмой континент». Подобрать примеры на разные виды рекламных стратегий проекционного типа. Дать оценку уместности использования конкретного вида стратегии в каждом приведенном примере. Анализ работы организаторов мероприятий со СМИ (информация из открытых источников). Разработка программы участия представителей традиционных и новых медиа в специальных мероприятиях.	30	ПК 2.1, ОК01-ОК05, ОК07, ОК09
Тема 2.5 Информационное сопровождение специальных мероприятий в коммуникационных кампаниях	Содержание учебного материала (5) Разработка медиастратегии. Базовые инструменты медиастратегии: эффективный контакт, охват, частота контактов. Этапы разработки медиастратегии. Критерии выбора медиаканалов. Выбор медианосителей: индексы соответствия целевой аудитории, охват, рейтинг и планирование выходов рекламных сообщений, стоимость контакта. 7. Виды медиапланов, цели и задачи. Модели эффективного размещения ключевого сообщения в контексте выбранного носителя. Закупка медиа-размещения. Определение частоты повторения рекламных сообщений.	5	ПК 2.1, ОК01-ОК05, ОК07, ОК09
	Практическое занятие: (9) Разбор и анализ представленных медиапланов. Разработать недельный контент-план в конкретной социальной сети Практика работы с индивидуальным рекламным проектом Оценка эффективности восприятия рекламного сообщения. Оценка экономической и коммуникативной эффективности коммуникационной кампании. в условиях работы в кросс-культурном пространстве.	9	ПК 2.1, ОК01-ОК05, ОК07, ОК09

Патт	4	
Курсовая работа (проект) 1. Маркетинговые стратегии для нового продукта 2. Коммуникационная кампания для сезонного продукта или услуги 3. Коммуникационная кампания для нового продукта 4. Определение и сегментация целевой аудитории 5. Система брифов стратегического планирования 6. Позиционирование и потребительский инсайт 7. Рекламная идея и методы ее поиска на примере конкретного рынка 8. Бюджет коммуникационной кампании: структура и основные параметры 9. Основные метрики эффективности рекламной кампании 10. Структура медиаплана и его основные показатели 11. Активационный план коммуникационной стратегии 12. Медиа стратегия предприятия 13. Разработка и внедрение стратегического плана рекламы. 14. Анализ и оптимизация существующей рекламной кампании в социальных сетях. 15. Проектирование и создание интегрированной маркетинговой коммуникации для малого бизнеса. 16. Оценка и сравнение эффективности разных медийных каналов для выбранной целевой аудитории. 17. Исследование влияния немедийных каналов на потребительское поведение в определенной отрасли. 18. Проектирование и оценка бюджета рекламной кампании. 19. Аудит и анализ конкурентоспособности предприятия на выбранном рынке. 20. Разработка и исполнение тактического плана рекламы для сезонного продукта или услуги. 21. Изучение и применение психологических аспектов в рекламных сообщениях и их влияние на потребителей. 22. Разработка и реализация стратегии по совершенствованию образа предприятия. 23. Анализ законодательных аспектов рекламы в разных юрисдикциях и их влияние на практику. 24. Создание и внедрение корпоративной социальной ответственности через коммуникационные стратегии.	20	
Учебная практика Виды работ – Разработка рекламных концепций: планирование и создание прототипов рекламных материалов, выбор каналов распространения, определение целевой аудитории. – Проведение маркетинговых исследований: планирование и проведение опросов, анализ потребительского поведения, интерпретация полученных данных. – Работа с медиа: планирование медиа-стратегий, работа с различными типами медиа, включая онлайн и офлайн каналы. – Практические упражнения по коммуникациям: разработка и презентация речей, участие в дебатах, тренировка навыков общения и убеждения. – Этика и законодательство в рекламе: изучение и анализ законов и этических	36	

норм, регулирующих рекламную деятельность. – Командная работа: участие в групповых проектах, разработка стратегий и тактик в команде, оценка эффективности командной работы. – Отчетность и отражение: подготовка отчетов о проделанной работе, рефлексия над полученным опытом, планирование дальнейшего развития. – Подготовка к курсовому проекту: выбор темы, планирование исследования, поиск и анализ литературных источников.		
Производственная практика Виды работ – Анализ стратегического и тактического планирования в рекламных кампаниях. – Изучение роли рекламы и коммуникации в современных маркетинговых стратегиях. – Аудит и анализ конкурентного рынка и целевой аудитории. – Разработка и оценка рекламных и коммуникационных стратегий для конкретного продукта или услуги. – Изучение и анализ различных медиа и немедийных каналов коммуникации. – Техники и методы бюджетирования рекламных и коммуникационных кампаний. – Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий. – Практическое применение рекламных и коммуникационных стратегий в реальных проектах. – Разработка и осуществление маркетинговой стратегии как инструмента бизнес-стратегии. – Разработка коммуникационной, медиа стратегии. – Планирование и оценка маркетинга, рекламы и медиаплана. – Анализ эффективности и форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования.	36	
Промежуточная аттестация (экзамен)	10	
Всего	276	

⁵ Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией.

2.4. Курсовой работа (проект)

1. Маркетинговые стратегии для нового продукта
2. Коммуникационная кампания для сезонного продукта или услуги
3. Коммуникационная кампания для нового продукта
4. Определение и сегментация целевой аудитории
5. Система брифов стратегического планирования
6. Позиционирование и потребительский инсайт

7. Рекламная идея и методы ее поиска на примере конкретного рынка
8. Бюджет коммуникационной кампании: структура и основные параметры
9. Основные метрики эффективности рекламной кампании
10. Структура медиаплана и его основные показатели
11. Активационный план коммуникационной стратегии
12. Медиа стратегия предприятия
13. Разработка и внедрение стратегического плана рекламы.
14. Анализ и оптимизация существующей рекламной кампании в социальных сетях.
15. Проектирование и создание интегрированной маркетинговой коммуникации для малого бизнеса.
16. Оценка и сравнение эффективности разных медийных каналов для выбранной целевой аудитории.
17. Исследование влияния немедийных каналов на потребительское поведение в определенной отрасли.
18. Проектирование и оценка бюджета рекламной кампании.
19. Аудит и анализ конкурентоспособности предприятия на выбранном рынке.
20. Разработка и исполнение тактического плана рекламы для сезонного продукта или услуги.
21. Изучение и применение психологических аспектов в рекламных сообщениях и их влияние на потребителей.
22. Разработка и реализация стратегии по совершенствованию образа предприятия.
23. Анализ законодательных аспектов рекламы в разных юрисдикциях и их влияние на практику.
24. Создание и внедрение корпоративной социальной ответственности через коммуникационные стратегии.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Материально-техническое обеспечение

Кабинет Общепрофессиональных дисциплин и МДК, оснащенный в соответствии с п. 6.1.2 примерной образовательной программы по специальности.

Лаборатории «Компьютерного дизайна» в соответствии с п. 6.1.2. примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2 примерной образовательной программы по специальности.

Учебно-методическое обеспечение

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

Основные печатные и/или электронные издания

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512271>

2. Фролов, Ю. В. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов: учебное пособие для вузов / Ю. В. Фролов, Р. В.

Серышев; под редакцией Ю. В. Фролова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09015-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513928>

3. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус [и др.]. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00742-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512109>.

Дополнительные источники

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.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоённости компетенций)	Формы контроля и методы оценки ¹
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	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных

¹ Примеры оформления формы контроля: контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, защита курсовых и дипломных проектов (работ), экзамены. Примеры оформления методов оценки: интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.

	презентации; - соответствие планов установленным форматам; - убедительность аргументации; - понимание стратегической направленности.	домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 01	- выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа.	Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 02	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - 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 планирование повышения квалификации	Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций,

		принятие ответственности за их выполнение. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, 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 самостоятельность выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе; Экспертное наблюдение за выполнением работ. 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 07	- сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности; - определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности; - соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной	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

	деятельности; - определение путей обеспечения ресурсосбережения; - выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях; - соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса.	профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 09	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области	Экспертное наблюдение 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.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 «ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В
СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ»

Волгоград, 2026г.

Разработчики рабочей программы профессионального модуля:	
ГАПОУ «ВСПК», Председатель ПЦК «Эстетических дисциплин»	А.Р. Анисимова
ГАПОУ «ВСПК», Преподаватель ПЦК «Эстетических дисциплин»	Ю.А. Шубенкова

Рабочая программа рассмотрена на заседании ПЦК эстетических дисциплин

Протокол заседания кафедры ПЦК эстетических дисциплин № 5 от 6.05.2026

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Общая характеристика	45
1.1. Цель и место профессионального модуля	
1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля	
2. Структура и содержание профессионального модуля	50
2.1. Трудоемкость освоения модуля	
2.2. Структура профессионального модуля	
2.3. Содержание профессионального модуля	
3. Условия реализации профессионального модуля	57
3.1. Материально-техническое обеспечение	
3.2. Учебно-методическое обеспечение	
4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля.....	58

1.1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 «ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля 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. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленными в матрице компетенций выпускника (п. 4.3 ПОП-П).

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен⁷:

Код ОК	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Умения:
		распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте
		анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части
		определять этапы решения задачи
		выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
		составлять план действия
		определять необходимые ресурсы
		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
		реализовывать составленный план
		оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания:
		актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
		основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте
		алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях
		методы работы в профессиональной и смежных сферах
		структуру плана для решения задач

⁷ Берутся сведения, указанные по данному виду деятельности в п. 4.2.

		порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Умения:
		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
		Знания:
		номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации
		формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации
		порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Умения:
		определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
		применять современную научную профессиональную терминологию
		определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования
		выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
		презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
		рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
		определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности
		презентовать бизнес-идею
		определять источники финансирования
		Знания:
		содержание актуальной нормативно-правовой

		документации	
		современная научная и профессиональная терминология	
		возможные траектории профессионального развития и самообразования	
		основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности	
		правила разработки бизнес-планов	
		порядок выстраивания презентации	
		кредитные банковские продукты	
Код ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ПК 3.1.	-определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет -разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.	-типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет -способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.	-аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет -выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет -постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.
ПК 3.2.	-подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения -использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА -проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность -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 и социальных групп -находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА	-возможности Интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг - виды сайтов, их - возможности и варианты применения - требования к качественному функционированию сайтов -виды и инструменты маркетинговых коммуникаций -отраслевую терминологию -важность учета пожеланий заказчика при - планировании рекламной кампании в сети Интернет -структуру брифа и требования к нему.	-подбора и использования оффера -разработки рекламной кампании в сети Интернет.

	-разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет -осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет -преобразовывать требования заказчика в бриф -учитывать мнение заказчика при планировании РК.		
ПК 3.3.	-использовать поисковые системы интернета -использовать технологии поисково-контекстной рекламы -использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы -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 -разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов -определять эффективные офферы -создавать оригинальные и стильные логотипы -составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа -создавать оригинальные, современные по стилю сайты - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов - повышать информационную наглядность сайтов	-отраслевую терминологию -важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.	-структуры и базовых принципов рекламного сообщения -реализации рекламной кампании в сети Интернет.

	-создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях -разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика -доводить информацию заказчика до ЦА -использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество -использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями -использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.		
--	--	--	--

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Трудоемкость освоения модуля

Наименование составных частей модуля	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	413	181
Курсовая работа (проект)	-	-
Самостоятельная работа	-	-
Практика, в т.ч.:	108	108
учебная	36	36
производственная	72	72
Промежуточная аттестация	18	-
Всего	431	289

2.2. Структура профессионального модуля

Код ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Обучение по МДК, в т.ч.:	Учебные занятия	Курсовая работа (проект)	Самостоятельная работа ⁸	Учебная практика	Производственная практика
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК.3.1, ОК.02, ОК.03	Раздел 1. Стратегии Интернет	97	62		93	-	-		
ПК.3.2, ОК.01, ОК.03	Раздел 2. Разработка и кампаний бренда в поисковой рекламы и маркетинга в социальных сетях	216	119		212	-	-		
ПК.3.1, ПК.3.3, ОК.02, ОК.03	Учебная практика	36	36					36	
	Производственная практика	72	72						72
	Промежуточная	18							
	Всего:	413	289		305	-	-	36	72

⁸ Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией.

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 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	Код ПК, ОК
1	2	3	ОК 01. ОК 03
Раздел 1. МДК.03.01. Стратегии продвижения бренда в сети Интернет.		97	ПК.3.1, ОК.01, ОК.02, ОК.03
Тема 1.1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете	Содержание	56	
	Теоретические занятия	18	
	1. Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории	2	
	2. Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз	2	
	3. Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в интернете	2	
	4. Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда	3	
	5. Размещение контекстно-медийных объявлений в сети интернет	3	
	6. Проведение аналитической справки конкурентов для реализации стратегии продвижения	3	
	7. Разработка инструментов коммуникации в социальных сетях	3	
	В том числе практических занятий	36	
	Практическое занятие 1: Создание и размещение рекламных объявлений в социальных сетях.	4	
	Практическое занятие 2. Разработка концепции стратегии для поисковых систем.	4	
	Практическое занятие 3. Разработка стратегии проведения для рекламной кампании.	4	
	Практическое занятие 4. Настройка таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество. Кнопка Вступить.	4	
	Практическое занятие 5. Сделать сегмент ЦА (отдельно для мужчин,	5	
	отдельно для женщин) Подключить на сайт Яндекс. Метрику.		
	Практическое занятие 6. Разработать концепцию продвижения личного бренда.	5	

	Практическое занятие 7. Расчет стоимости перехода клиента. Формирование КРІ.	5	
	Практическое занятие 8. Составить бриф на разработку РК для таргетированной рекламы.	5	
	Патт	2	
Тема 1.2. Поисковая реклама. SMM-продвижение	Содержание	41	ПК.3. 1, ОК.0 1, ОК.0 2, ОК.0 3
	Теоретические занятия	13	
	1. Для чего необходимо SMM, как оно работает и из чего оно состоит?	2	
	2. Роль поисковых систем в электронной коммерции и продвижении. Технические возможности Яндекс Директ	2	
	3. Технические возможности сервиса сбора статистики о посетителях «Яндекс Метрика»	2	
	4. Предварительная оценка эффективности выбранных ключевых слов на показы и CTR/CR	2	
	5. Заполнение формы рекламного сообщения (заголовков, подзаголовков, текст) с использованием ключевых слов	2	
	6. Создание статьи для размещения в социальной сети. Описания SMM стратегии, включающей статьи расходов (контент-план)	3	ПК.3. 1, ОК.0 1, ОК.0 2, ОК.0 3
	В том числе практических занятий	26	
	Практическое занятие 1. Организация и настройка рекламной кампании по контекстному продвижению сообщения о продукте/услуге (без старта РК)	4	
	Практическое занятие 2. Подбор ключевых текст) с использованием ключевых слов	4	
	Практическое занятие 3. Предварительная оценка эффективности выбранных ключевых слов на показы	4	
	Практическое занятие 4. Идея/УТП/оффера в заголовках рекламного объявления.	4	
	Практическое занятие 5. Создание в объявлении контактов (адрес или телефон)	4	
	Практическое занятие 6. Подтверждения территориальной выборки в рекламной кампании, ссылки на созданный сайт	2	
	Практическое занятие 7 Создание основными настройками РК поисковой рекламы	4	
	Патт	2	ПК.3. 1, ОК.0 1,
Раздел 2. МДК.03.02. Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной		216	

рекламы и маркетинга в социальных сетях.			ОК.0 2, ОК.0 3
Тема 2.1. Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа	Содержание	110 (54 <i>тео</i> +5 4 <i>прак</i> + 2 <i>Памт</i>)	
	Теоретические занятия	54	ПК.3. 1, ОК.0 1, ОК.0 2, ОК.0 3
	Web Analytics - аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде.	4	
	Принципы и практики реализации контекстной рекламы	4	
	3. Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	4	
	4. Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта	4	
	5. Преимущества и недостатки отдельных форматов медийной рекламы; цели использования рекламодателями	4	
	6. Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга	5	
	7. Алгоритмы и результаты поискового продвижения.	5	
	8. Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта	5	
	9.Маркетинговые коммуникации в социальных медиа: основные компоненты	5	
	10.Основные направления коммуникации в социальных медиа.	5	
	11. Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга	5	
	В том числе практических занятий	54	
	1. Использование методов проведения анализа эффективности	4	

	маркетинговой активности в сети «Интернет»		ПК.3.2, ПК.3.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03
	2. Создание email-рассылок: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические и ссылочные.	4	
	3. Внедрение основными инструментами для оценки эффективности рекламной кампании	4	
	4. Разработка контентной составляющей для личного бренда	4	
	5. Оценка эффективности продвижения рекламного агентства	4	
	6. Стоимость одного подписчика. Конверсия сайта через таргет.	5	
	7. Выбор цели для настройки. 12 категорий Вконтакте. Создание тестового режима а/в тестирования. Создание креативов для рекламы.	5	
	8. Проанализировать внешнюю и внутреннюю оптимизации.	5	
	9. Оптимизация meta-информации страницы	5	
	10. Составить продающую цепочку для чат-бота	5	
	11. SEO-оптимизация и продвижение сайта	5	
Тема 2.2. Управление реализацией стратегии интернет-продвижения	Содержание	106 (39 теор. + 65 прак. + 2 Патт)	ПК.3 .2, ПК.3 .3, ОК.0 1, ОК.0 2, ОК.0 3
	Теоретические занятия	39	
	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.	2	
	7. Поведенческий таргетинг, матрица потребности	2	
	8. Что называют платформой бренда?	2	
	9. Основные элементы бренд платформ	2	
	10. Этапы разработки основных элементов бренд платформ	2	
	11. Соблюдение стратегии бренда при разработке бренд платформ	2	
	12. Использование элементов фирменного стиля при создании сайта	2	
	13. Изучение правил создания баннеров.	3	
	14. Изучение форматов баннеров	3	
	15. Определение цветового и стиливого решения сайта.	3	

	16. Рассмотрение типографики сайта, выбор шрифтов.	3	ПК.3.2,
	17. Определение способов использования иконок, пиктограмм, фонов в веб-дизайне.	3	ПК.3.3, ОК.0
	В том числе практических занятий	65	1,
	1. Разработка уникального торгового предложения	4	ОК.02, ОК.03
	2. Продвижение нового товара с применением современных маркетинговых инструментов	3	ПК.3.1, ПК.3.2, ПК.3.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03
	3. Визуальное оформление контента для личного бренда	3	
	4. Разработать концепцию и план проведения рекламной и/или PR компании	3	
	5. Swot анализ и Pest анализ компании	3	
	6. Позиционирование бренда. Платформа	3	
	7. Алгоритмы поисковых систем и соц. сетей	3	
	8. Воронка продаж. Скрипт коммерческого предложения	3	
	9. Проведение рекламных кампаний в социальных медиа	3	
	10. Анализ трафика на веб-сайт	3	
	11. Создание основных элементов бренд платформ	3	
	12. Разработка отдельных элементов фирменного стиля.	4	
	13. Визуализация элементов фирменного стиля.	3	
	14. Разработка правил использования элементов фирменного стиля при создании сайта.	3	
	15. Составление технического задания фирменного стиля компании.	3	
	16. Анализ роли фирменного стиля в восприятии бренда.	3	
	17. Цветотональная разработка.	3	
	18. Разработка интернет -баннера	3	ПК.3.1, ПК.3.2, ПК.3.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03
	19. Создание интерактивного баннера для веб - сайтов.	3	
	20. Создание макета страницы в AdobePhotoShop, используя приемы работы с разметкой макета и векторной графикой.	3	
	21. Графическое оформление элементов.	3	
	Итого	2	
Учебная практика Виды работ Ознакомление с конструктором сайтов		36	ПК.3.1, ПК.3.2, ПК.3.3, ,

		ОК.01,
Разработка графических элементов Создание концепции графического оформления Разработка структуры и схемы сайта Сборка сайта. Подготовка. Защита проекта		ОК.02 ,ОК.0 3
Производственная практика раздела № (если предусмотрено рассредоточенное прохождение практики) Виды работ Создание клиентской базы для рекламного предприятия Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии. Изготовить рекламный и/или PR материал. Подготовить презентационный отчет о ходе практики. Изготовленная рекламная продукция. Защита проекта.	72	ПК.3.1, ПК.3.2, ПК. 3.3, ОК. 01, ОК. 02, ОК. 03
Промежуточная аттестация (Экзамен по ПМ.03)	10	
Всего	431	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинет Общепрофессиональных дисциплин и МДК, оснащенный в соответствии с п. 6.1.2. примерной образовательной программы по специальности.

Мастерская «Веб - дизайн и разработка» в соответствии с п. 6.1.2. примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2. примерной образовательной программы по специальности.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

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

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

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

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

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

2019. – С. 65-69.

4. Борисов, А. А. Методические подходы в интернет-маркетинге. Основные метрики и показатели эффективности рекламной кампании / А. А. Борисов // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – № 2-1. – С. 49-52.
5. Винарский, Я. С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение : практическое пособие / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 269 с.
6. Волохов, А. А. Каналы коммуникации с потребителями в интернете / А. А. Волохов // Путеводитель предпринимателя. – 2019. – № 42. – С. 67-72.
7. Гончаров, В. Н. Использование интернет-технологий в маркетинге / В. Н. Гончаров, Е. В. Курипченко // Менеджер. – 2020. – № 3(93). – С. 181-187.
8. Горнштейн, М. Ю. Современный маркетинг / М. Ю. Горнштейн. – 2-е изд... – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. – 404 с.
9. Горохов, М. М. Интернет-маркетинг: стратегия и виды / М. М. Горохов, Д. Е. Докучаев, А. Д. Трефилова // Социально-экономическое управление: теория и практика. – 2019. – № 1(36). – С. 21-24.
10. Гринько, О. И. Место и роль контент-маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций / О. И. Гринько // Современная экономическая наука: теоретический и практический потенциал. Инновационное развитие современного экономического образования: материалы Международной научно-практической конференции, Ярославль, 04 декабря 2019 года. – Ярославль: Общество с ограниченной ответственностью «Филигрань», 2020. – С. 43-49.

3.2.2. Дополнительные источники

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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК, ОК,	Критерии оценки результата (показатели освоенности компетенций)	Формы контроля и методы оценки ⁹
-------------------	---	---

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; 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 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; 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.

⁹ Примеры оформления формы контроля: контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, защита курсовых и дипломных проектов (работ), экзамены. Примеры оформления методов оценки: интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.

ПК 3.3	- участников рекламной деятельности и их функции; - классификацию рекламы; - процесс рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - виды и формы рекламы, рекламные кампании с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - понятие и основы брендинга; - методы оценки эффективности рекламы.	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; 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 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 планирование повышения	Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках,

	квалификации	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.
--	---------------------	--

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.04 «СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ
СООБЩЕНИЙ, ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И ТВОРЧЕСКИХ
МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ»

Волгоград, 2026г.

Разработчики рабочей программы профессионального модуля:	
ГАПОУ «ВСПК», Председатель ПЦК «Эстетических дисциплин»	А.Р. Анисимова
ГАПОУ «ВСПК», Преподаватель ПЦК «Эстетических дисциплин»	Ю.А. Шубенкова

Рабочая программа рассмотрена на заседании ПЦК эстетических дисциплин

Протокол заседания кафедры ПЦК эстетических дисциплин № 5 от 6.05.2

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Общая характеристика	65
1.1. Цель и место профессионального модуля	
1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля	
2. Структура и содержание профессионального модуля	71
2.1. Трудоемкость освоения модуля	
2.2. Структура профессионального модуля	
2.3. Содержание профессионального модуля	
3. Условия реализации профессионального модуля	80
3.1. Материально-техническое обеспечение	
3.2. Учебно-методическое обеспечение	
4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля.....	82

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.04 «СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ СООБЩЕНИЙ,
ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И ТВОРЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА
ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ»**

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение вида деятельности «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях».

Профессиональный модуль включен в обязательную часть образовательной программы

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленными в матрице компетенций выпускника (п. 4.3 ПОП-П).

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен¹⁰:

Код ОК	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Умения:
		распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте
		анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части
		определять этапы решения задачи
		выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
		составлять план действия
		определять необходимые ресурсы
		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
		реализовывать составленный план
		оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания:
		актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
		основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте
		алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях
		методы работы в профессиональной и смежных сферах
		структуру плана для решения задач
		порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	Использовать	Умения:

¹⁰ Берутся сведения, указанные по данному виду деятельности в п. 4.2.

	современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	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
		Знания:
		номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации
		формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации
		порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Умения:
		определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
		применять современную научную профессиональную терминологию
		определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования
		выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
		презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
		рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
		определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности
		презентовать бизнес-идею
		определять источники финансирования
		Знания:
		содержание актуальной нормативно-правовой документации
		современная научная и профессиональная терминология
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
		основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности
		правила разработки бизнес-планов
		порядок выстраивания презентации
		кредитные банковские продукты

ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать	Умения:
		организовывать работу коллектива и команды
	в коллективе и команде	взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания:
		психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
		основы проектной деятельности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Умения:
		грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
		Знания:
		особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 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	Умения:
		проявлять гражданско-патриотическую позицию
		демонстрировать осознанное поведение
		описывать значимость своей специальности
		применять стандарты антикоррупционного поведения
		Знания:
		сущность гражданско-патриотической позиции
		традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	значимость профессиональной деятельности по специальности
		стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения
		Умения:
		понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы
		участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы
		строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности
		кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)
		писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы

		Знания:	
		правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы	
		основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)	
		лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности	
		особенности произношения	
		правила чтения текстов профессиональной направленности	
Код ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ПК 4.1.	-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.	-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.	-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.

ПК 4.2.	-использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА -проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.	-отраслевую терминологию важность учета -пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании	-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.
ПК.4.3	-использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете	-программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей	-оформления текстовых и графических документов

-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	- возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей - виды сайтов, их - возможности и варианты применения - требования к качественному функционированию сайтов -программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей - технические средства создания визуального контента -возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей -виды и инструменты маркетинговых коммуникаций -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.	-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.
---	--	---

	-использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов -повышать информационную наглядность сайтов -создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.		
--	--	--	--

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Трудоемкость освоения модуля

Наименование составных частей модуля	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	186	110
Курсовая работа (проект)	20	20
Самостоятельная работа	-	-
Практика, в т.ч.:	72	72
учебная	36	36
производственная	36	36
Промежуточная аттестация	18	-
Всего	296	202

2.2. Структура профессионального модуля

Код ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Обучение по МДК, в т.ч.:	Учебные занятия	Курсовая работа (проект)	Самостоятельная работа ¹¹	Учебная практика	Производственная практика
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК.4.1, ПК.4.2, ОК 01, ОК 02, ОК04, ОК 09	Раздел 1. Разработка творческих рекламных решений	102	54		100	-	-		
ПК.4.2, ПК.4.3, ОК01, ОК02, ОК03, ОК04, ОК05, ОК06, ОК09	Раздел 2. Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	114	72		108	-	-		
ПК.4.1, ПК.4.2, ПК.4.3, ОК01, ОК02, ОК03, ОК04, ОК05, ОК06, ОК09	Учебная практика	36	36					36	
	Производственная практика	72	72						72
	Промежуточная аттестация	18							
	Всего:	334	234		208	-	-	36	72

¹¹ Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией.

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Код ПК, ОК
МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений			
Тема 1.1. Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы	Содержание	28	ПК 4.1-ПК 4.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09
	<i>Раздел 1: Поиск идеи и работа со смыслами</i>		
	Виды рекламы. Креативная реклама. Понятия и функции креативной рекламы. Понятие творческих рекламных разработок. Технологические виды рекламного продукта.	2	
	Определение методик креативности: мозговой штурм, решение изобретательских задач, метод Дельфи и др. Техники креативного мышления. Понятие рекламной концепции и рекламной идеи. Поиск потребительского инсайта / УТП: рекламная идея, определение темы рекламной компании.	2	
	Копирайтинг для дизайнера и рекламиста. Рекламное обращение. Стили и жанры рекламного текста. Рекомендации по созданию рекламных текстов. Основные понятия, связанные с прохождением рекламной идеи до рекламного текста. Работа с неймингом, слоганом и рекламным обращением.	2	
	<i>Раздел 2: Визуальные приемы в рекламе</i>		
	Принципы композиционной организации при создании рекламного продукта. Влияние цвета на восприятие рекламного продукта.	2	
	Креатив как технология: примеры использования в рекламе. *Минимализм и фокус: Как сказать максимум, используя минимум элементов. Работа с «негативным пространством». *Гипербола и преувеличение: Нарочитое искажение свойств продукта для создания яркого эмоционального эффекта. *Сравнение и противопоставление: Визуализация конкурентных преимуществ через понятные антитезы.	2	
	Выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы. Обзор понятий: типографика,	6	

	фотография. *Типографика как образ: когда шрифт перестает быть текстом и становится иллюстрацией или персонажем. *Фотография — трансформации фотографического изображения в графический художественный образ.. *Мир в графиках и схемах: что такое инфографика и как ее создать.		
	Раздел 3: Эмоции и контекст		
	*Сторителлинг в одном кадре: Как через композицию и детали рассказать целую историю без слов. *Шок-реклама и провокация: Границы дозволенного. Изучение приемов привлечения внимания через сильные эмоции. *Юмор и ирония: Разработка сценариев визуальных шуток, которые повышают лояльность к бренду.	6	
	Раздел 4: Форматы и реализация		
	*Ambient Media (Нестандартные носители): Вписывание рекламы в городскую среду (использование трещин на асфальте, теней, остановок). *Серийность в рекламе: Разработка рекламной кампании из 3–5 макетов, объединенных одной креативной платформой. *Упаковка идеи (Key Visual): Создание финального мастер-макета, который легко адаптируется под любой формат — от сторис до билборда. *Брендбук. Составляющие элементы брендбука. Понятие системы корпоративной идентичности, фирменного стиля, бренд айдентики. Бренд-айдентика и корпоративная айдентика. Брендбук, гайдлайн, логобук. Понятие «фирменный стиль». Компоненты фирменного стиля. Носители фирменного стиля. Фирменный стиль в узком и широком смысле. Принципы создания фирменного стиля. Анализ удачных и неудачных вариантов, их недостатки. Общая теория бренда. Законы создания бренда	6	
Тема 2.1 Творческая концепция в рекламе	Содержание	18	ПК 4.1-ПК 4.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09
	Раздел 1. Исследование и концепция ФС		
	Понятие «фирменный стиль». Компоненты фирменного стиля. Анализ удачных и неудачных вариантов, их недостатки. Общая теория бренда. Законы создания бренда	1	
	Носители фирменного стиля. Основные принципы создания фирменного стиля. Креативный бриф. Структура брифа. Модели	1	

креативных рекламных брифов.		
Основы выработки стратегии разработки фирменного стиля: нейминг; УТП; инсайт. Рекламные стратегии разработки торговых марок (брендов)	1	
Раздел 2. Основные элементы стиля		
Способы кодирования информации. Определение основания кода. Виды и классификация рекламных знаков. *Товарный знак в системе фирменного стиля. Виды товарных знаков. Правовые нормы регистрации товарного знака. Торговая марка и бренд. Товарный знак может быть решен как знак – индекс (если товар уже хорошо знаком потребителю), знак – символ (абстрактные свойства товаров), товарная марка (обозначение однотипных изделий, но разных по форме, сорту), как фирменный знак. *Логотип как элемент фирменного стиля. Критерий при разработке логотипа. Анализ хороших и неудачных логотипов. Варианты создания логотипа. Шрифт в логотипе.	2	
Корпоративные герои как инструмент брендинга. Корпоративный герой. Талисман. Маскот.	1	
Муборд, составляющие элементы муборда. Паттерн как часть фирменного стиля.	1	
Раздел 3. Разработка носителей (Айдентика)		
Основные носители элементов фирменного стиля. Фирменный блок (фирменный бланк, визитка...). Формы деловой документации и технической документации.	1	
Основные носители элементов фирменного стиля. Печатная реклама. Правила верстки. Особенности текстового оформления рекламной продукции (листовки, флаера).	1	
Основные носители элементов фирменного стиля. Рекламная и сувенирная продукция. Мерч.	1	
Средства и системы визуальной и вербальной информации. *Фирменный стиль в пространстве городской среды. Виды наружной рекламы. Обзор уличных рекламных конструкций. Флаг. Вымпел. Кронштейн. Вывеска... * Визуальные коммуникации в пространствах зданий, интерьерах. Указатели, пиктограммы, таблички, рекламные объявления, плакаты и другие системы навигации в интерьерах и близлежащих территориях. Внедрение стиля в офисное пространство.	3	

Выставочная деятельность: рекламно-информационное сопровождение выставок (стенды, пресс-релиз, каталог, сувениры...)	1	
Брендбук. Ребрендинг элементов фирменного стиля. Типология моделей рекламного образа. Образно-выразительные средства рекламного творчества.	4	
В том числе практических занятий и лабораторных работ	54	
Практическое задание: Аналитический обзор брендбуков на примере различных организаций.	3	
Практическое задание: Анализ брифа и ТЗ: Изучение целей бизнеса, целевой аудитории и конкурентов. Разработка позиционирования: определение ключевого сообщения и «голоса» бренда (Tone of Voice).	3	
Практическое задание: Нейминг, разработка легенды, слогана, инсайта/УТП. Составление рекламного сообщения. Определение платформы бренда: формулировка миссии, ценностей и характера бренда (метафора)	3	
Практическое задание: Разработка графического, цветофактурного и колористического решения товарного знака. Товарный знак может быть решен как знак – индекс (если товар уже хорошо знаком потребителю), знак – символ (абстрактные свойства товаров), товарная марка (обозначение однотипных изделий, но разных по форме, сорту), как фирменный знак.	3	
Практическое задание: Разработка логотипа. Варианты логотипов: словесный, изобразительный. комбинированный.	3	
Практическое задание: Разработка корпоративного героя/фирменного персонажа. Персонаж-талисман, маскот. Бренд-персонаж: эксперт, супергерой, антигерой, гарант качества, симпатизирующий неудачник...	3	
Практическое задание: Мудборд и визуальная метафора: подбор референсов по цвету, типографике и настроению для создания «духа» бренда. Создание визуальной доски настроения и утверждение стилистического вектора. Создание фирменной графики: разработка паттернов, иконок или уникальных иллюстраций.	3	

	Практическое задание: Дизайн деловой документации: визитные карточки; фирменные конверты; фирменные бланки; фирменная папка и прочие фирменные константы.	3	
	Практическое задание: Разработка и создание фирменной печатной рекламы. Дизайн печатной продукции: листовка, буклет, флаер и пр.	3	
	Практическое задание: Оформление мерча, макала сувенирной продукции.	3	
	Практическое задание: Создание макапов: наружной рекламы и рекламы в пространстве здания * Разработать одно из средств первого слоя визуальной коммуникации в городских, сельских и прочих пространствах, на транспорте и т.д. (вывески, рекламные установки, кронштейны, уличный баннер дизайн транспортного средства пр.). * Разработать одно из средств второго слоя визуальной коммуникации в пространствах зданий, интерьерах: указатели, пиктограммы, таблички, рекламные объявления и другие средства информации.	9	
	Практическое задание: Дизайн выставочного стенда: индивидуальный, мобильный, стандартный. Средства оформления стендов и определение методов показа экспозиции. Создание макапа: выставочного стенда.	3	
	Практическое задание: Составление брендбука. *Создание макапов: визуализация стиля на реальных носителях для презентации заказчику. *Разработка руководства (Гайдлайна/Брендбука): составление правил использования логотипа, шрифтов и цветов. Разработка брендбука, согласно техническому описанию. *Дизайн-проект корпоративного стиля: основные этапы процесса проектирования; концептуальное решение проекта; составляющие фирменного стиля; носители фирменного стиля; система идентификации; разработка рекламной продукции с фирменным стилем. *Презентация проекта: сборка кейса на мокапах (визуализация жизни стиля в реальности).	12	

	Патт	2	
МДК.04.02. Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки		36/72	
Тема 1.1 Технологии и производства рекламного продукта	Содержание	36	ПК 4.1-ПК 4.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09
	Раздел 1. Рекламный контент и логотип: от теории к практике	6/6	
	1.1. Сущность и функции рекламного контента: отличие от креатива и рекламного продукта	2	
	1.2. Векторные и растровые редакторы в работе рекламиста. Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, CorelDRAW	2	
	1.3. Логотип как элемент рекламного контента: роль в идентификации бренда	2	
	Практическая работа: Разработка фирменного логотипа для компании	6	
	Раздел 2. Текст и изображение: основы типографики, верстки и фотографии	6/6	ПК 4.1-ПК 4.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09
	2.1 Верстка как управление вниманием: модульные сетки	2	
	2.2. Типографика для специалиста по рекламе: как не убить рекламу шрифтом	2	
	2.3. Фотография в рекламном макете: кадрирование, цветокоррекция и работа с фоном	2	
	Практическая работа: Верстка рекламного макета по брифу		
	Раздел 3. Печатная реклама: виды, функции и технология разработки	12/22	ПК.4.2, ПК.4.3, ОК01, ОК02, ОК03, ОК04
	3.1. Понятие и классификация печатной рекламы. Характеристика основных видов печатной рекламной продукции	2	
	3.2 Технология разработки печатного контента. Типичные ошибки при разработке печатной рекламы	2	
	3.3. Рекламный календарь: от эскиза до готового продукта	2	
	Практическая работа: Разработка календаря	8	
	3.4. Рекламный буклет: законы фальцовки и сторителлинга	4	
	Практическая работа: Разработка евробуклета	8	
	3.5. Афиша: искусство захвата внимания на расстоянии	4	
	Практическая работа: Афиша городского фестиваля	6	
	3.6. Постпечатная обработка: как сделать продукт «дорогим»	2	
	Раздел 4. Наружная реклама	2/6	ПК.4.2, ПК.4.3, ОК01, ОК02, ОК03, ОК04
	4.1. Конструктивные особенности, технологии создания	2	
	Практическая работа: «Разработка креатива для наружной рекламы заданной торговой марки»	6	

	Раздел 5. Адаптация контента под разные рекламные каналы (медиаадаптация)	4/20	ПК.4.2, ПК.4.3, ОК01, ОК02, ОК03, ОК04
	5.1 Принципы медиаадаптация	2	
	Практическая работа: «Адаптация одного рекламного сообщения под 3 разных канала»	4	
	5.2. Серийность контента: несколько макетов на одной идее	2	
	Практическая работа: Разработка серии рекламных плакатов на заданную тему»	8	
	Практическая работа: Создание серийной рекламной кампании (3–5 макетов на одной идее)	8	
	Раздел 6. Проверка и сдача контента в производство / размещение	2/4	ПК.4.2, ПК.4.3, ОК01, ОК02, ОК03, ОК04
	6.1. Чек-лист перед сдачей макета	2	
Практическая работа: Проверка макета по чек-листу и экспорт в разные форматы	4		
Итоговое задание: Сквозной кейс (от брифа до презентации)	8		
Патт	6		
Учебная практика		36	ПК.4.2, ПК.4.3, ОК01, ОК02, ОК03, ОК04
Виды работ: – Разработка корпоративной идентичности, ее основных функции и элементов			
– Визуализация фирменного блока			ОК05, ОК06, ОК09
– Разработка логотипа как элемент фирменного стиля.			
– Поиск инсайта и ключевых рекламных решений			
– Разработка рекламной продукции			
– Проектирование, разработка и изготовление рекламного продукта			
– Разработка дизайнерского макета, заказа, обсуждение рекламного продукта и результатов практики			
– Выбор необходимых материалов, оборудования и средств производства рекламных продуктов с учетом специфики предприятия			
– Создание на ПК электронной презентации.			
– Управление коммуникациями в Интернет			
Производственная практика			
Виды работ: – Знакомство со структурной характеристикой предприятия, с организацией рекламной деятельности на предприятии, с технологическими процессами рекламного производства.			

– Знакомство с основными функциями и элементами рекламных средств и требованиями к ним, с различными материалами и оборудованием, используемым для производства рекламных продуктов.	72	OK09
– Знакомство с технологической последовательностью производства рекламного продукта		
– Проектирование, разработка и изготовление рекламного продукта.		
– Разработка компонентов фирменного стиля.		
– Разработка носителей фирменного стиля		
– Анализ удачных и неудачных вариантов, их недостатки.		
– Разработка дизайнерского макета, заказа, обсуждение рекламного продукта.		
– Выбор необходимых материалов, оборудования и средств производства рекламных продуктов с учетом специфики предприятия.		
– Изучение технических средств, программных продуктов, применяемых для создания оригинал-макетов. Ознакомление с технологическим процессом разработки и создания рекламных материалов.		
– Создание пакета рекламной продукции для заказчика;		
– Работа с мультимедийными технологиями. Компьютерная графика;		
	10 334	
– Выполнение работ по заказу руководителя практики.		
Промежуточная аттестация (экзамен ПМ 04)		
Всего		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Кабинеты «Профессиональных модулей» и «Композиции, рисунка и живописи», оснащенные в соответствии с п. 6.1.2.1 образовательной программы по специальности.

Лаборатории: «Компьютерного дизайна»; «Информационных и коммуникационных технологий»; «Компьютерной графики и видеомонтажа», оснащенные в соответствии с п. 6.1.2.3 образовательной программы по специальности.

Мастерские: «Веб- дизайн и разработка» и «Программные решения для бизнеса», оснащенные в соответствии с п. 6.1.2.4 образовательной программы по данной специальности.

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

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

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

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

1. Анашкина, Н.А. Рекламный образ: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Коммерция (торговое дело)» / Н.А. Анашкина; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.- 175 с. -(Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01914-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028574> (дата обращения: 14.09.2023). – Режим доступа: по подписке.

2. Бочарова, Т. И. Рекламный текст. Сборник упражнений / Т. И. Бочарова. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург: Лань, 2022. — 88 с. — ISBN 978-5-507-44709-1. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/238658> (дата обращения: 03.08.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

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, 2023. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16874-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531940> (дата обращения: 14.09.2023).

4. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10041-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517025> (дата обращения: 14.09.2023).

5. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью / Г. Н. Крайнов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург: Лань, 2023. — 372 с. — ISBN 978-5-507-45867-7. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/288947> (дата обращения: 03.08.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

6. 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. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974> (дата обращения: 14.09.2023).

7. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 159 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519472> (дата обращения: 14.09.2023).

8. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518451> (дата обращения: 14.09.2023).

3.2.2. Дополнительные источники

1. Федеральный закон «О рекламе» №38 ФЗ.- М.: ИНФРА-М, 2006.
2. Борисов, А. А. Методические подходы в интернет-маркетинге. Основные метрики и показатели эффективности рекламной кампании / А. А. Борисов // Вестник Алтайской академии экономики и права. — 2019. — № 2-1. — С. 49-52.

3. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта :
4. 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.

5. Гришкина, Ю. Э. Ключевые инструменты цифрового маркетинга на онлайн-платформе / Ю. Э. Гришкина // Хроноэкономика. — 2019. — № 2(15). — С. 188-194.

6. Гуриева, Л. К. Возможности интернет-маркетинга современной компании / Л. К. Гуриева, Г. Э. Батагов // Управление экономическими и социальными системами региона : Сборник научных трудов / Под редакцией С.Ф. Дзагоева. — Владикавказ: Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова, 2019. — С. 120-126.

7. Гюмюшлю, А. И. Методы продвижения с использованием Интернет-маркетинга / А. И. Гюмюшлю, Ж. Санду // Практический маркетинг : Материалы IV международной студенческой научно-практической конференции, Москва, 24 апреля 2019 года / Ответственный редактор И.Л. Сурат. — Москва: Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский экономический институт», 2019. — С. 356-363.

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

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

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоённости компетенций)	Формы контроля и методы оценки ¹²
ПК 4.1	- использование дизайнерских эскизов при создании основных печатных документов, определяющих фирменный стиль	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. 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 4.2	- художественно редактировать растровые изображения, создавать рекламный плакат, в основе которого лежит фотомонтаж; - креативность, выразительность рекламной идеи, знание технологий изготовления рекламных носителей и широкоформатной печати, грамотное и качественное выполнение дизайн-проекта; - оригинальность рекламной идеи; - использование программ компьютерной графики.	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. 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 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. 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 01	- выбор и применение способов решения	Экспертное наблюдение выполнения

¹² Примеры оформления формы контроля: контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, защита курсовых и дипломных проектов (работ), экзамены. Примеры оформления методов оценки: интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.

	профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа.	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 траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации	Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, 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 самостоятельность выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе; Экспертное наблюдение за выполнением работ. 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 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.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.05 «ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ПРОФЕССИИ
11.010 ФОТОГРАФ»

Волгоград, 2026г.

Разработчики рабочей программы профессионального модуля:	
ГАПОУ «ВСПК», Председатель ПЦК «Эстетических дисциплин»	А.Р. Анисимова
ГАПОУ «ВСПК», Преподаватель ПЦК «Эстетических дисциплин»	Ю.А. Шубенкова
ГАПОУ «ВСПК», Преподаватель ПЦК «Эстетических дисциплин»	И.А. Тулупников

Рабочая программа рассмотрена на заседании ПЦК эстетических дисциплин

Протокол заседания кафедры ПЦК эстетических дисциплин № 5 от 6.05.2026

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Общая характеристика	89
1.1. Цель и место профессионального модуля	
1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля	
2. Структура и содержание профессионального модуля	92
2.1. Трудоемкость освоения модуля	
2.2. Структура профессионального модуля	
2.3. Содержание профессионального модуля	
3. Условия реализации профессионального модуля	100
3.1. Материально-техническое обеспечение	
3.2. Учебно-методическое обеспечение	
4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля.....	101

1.1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.05 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ПРОФЕССИИ 11.010 «ФОТОГРАФ»

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение видов деятельности по освоению профессии **11.010 «Фотограф»**

Профессиональный модуль является вариативной частью в профессиональном цикле образовательной программы

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленными в матрице компетенций выпускника (п. 4.3 ПОП-П).

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен освоить¹³:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 08 ОК 09 ПК 1.1 ПК 1.3 ПК 2.1. ПК 4.3	– подбирать фотоаппаратуру и фотооборудование в зависимости от вида съемки; – профессионально владеть осветительным оборудованием и фото съемочной аппаратурой – работать с рисующим, – профессионально владеть и выставлять схемы освещения осветительным оборудованием – выполнять обработку и цифровых фотографических изображений; – применять технологии растровой графики для обработки цифровых изображений; – выполнять цветокоррекцию фотоизображений; – выполнять обработку для улучшения визуального качества изображения; – выполнять видеомонтаж и	– виды и устройство различных видов фотографической аппаратуры (аналоговой и цифровой); – виды и принципы работы осветительных приборов – разнообразные методы и приемы освещения для различных видов фотографии; – виды освещения и направления световых потоков – состав компьютерного оборудования для профессиональной обработки цифровых изображений; – форматы графических файлов, технологии организации графической информации, применяемые в фотографии; – программные средства обработки цифровых изображений; – основы цветоведения и информационные основы управления цветом; – технологии работы в	– осуществл ения выбора оборудования для создания фотоизображения – работы с различными схемами освещения. – выполне нб я цифровой обработки фотоизображений – осуществл ения процесса монтажа и графики видеопродукции событийной видеографии

¹³ Берутся сведения, указанные по данному виду деятельности в п. 4.2.

	цветокоррекцию методами компьютерных технологий; – выполнять работу с видеоматериалами различных форматов и стандартов; – выбирать оборудование, программное обеспечение и иные средства для создания продукта.	программе растровой графики; – технологии коррекции визуального качества цифровых фотоизображений; – технологии вывода цифровых изображений на печать; – технология видеомонтажа, системы нелинейного монтажа; – программное обеспечение для создания и работы с продуктами видеографии; – стандарты и форматы видеоматериалов	
--	---	---	--

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
Создание фотоизображений с использованием профессиональных технологий	ПК 1.1 Осуществлять выбор оборудования для создания фотоизображения.	Навыки:
		осуществления выбора оборудования для создания фотоизображения
		Умения:
		подбирать фотоаппаратуру и фотооборудование в зависимости от вида съемки;
		профессионально владеть осветительным оборудованием и фото съемочной аппаратурой
		Знания:
		виды и устройство различных видов фотографической аппаратуры (аналоговой и цифровой);
	ПК. 1.3 Осуществлять рекламную фотосъемку в соответствии с техническим и творческим заданием.	виды и принципы работы осветительных приборов
		Навыки:
		работы с различными схемами освещения.
		Умения:
		работать с рисующим, моделирующим фоновым и заполняющим светом;
		создавать светотональное и светотеневое освещение;
		профессионально владеть и выставлять схемы освещения осветительным оборудованием
		Знания:
		разнообразные методы и приемы освещения для различных видов фотографии;
		изобразительной задачи освещения;
		тонального решение фотографии;
		правила работы с освещением в павильоне;
		виды освещения и направления световых потоков
Выполнение обработки и систематизация цифровых изображений	ПК 2.1. Выполнять цифровую обработку фотоизображений	Навыки:
		выполнения цифровой обработки фотоизображений
		Умения:
		выполнять обработку и конвертацию цифровых фотографических изображений в формате RAW;
		применять технологии растровой графики для обработки цифровых изображений;
		выполнять цветокоррекцию фотоизображений;

		выполнять обработку для улучшения визуального качества изображения
		Знания:
		состав компьютерного оборудования для профессиональной обработки цифровых изображений;
		форматы графических файлов, технологии организации графической информации, применяемые в фотографии;
		программные средства обработки цифровых изображений;
		основы цветоведения и информационные основы управления цветом;
		технологии работы в программе растровой графики;
		технологии коррекции визуального качества цифровых фотоизображений;
		технологии вывода цифровых изображений на печать;
		общие требования для печати и технические стандарты для изготовления продукции
Создание видеопродукции событийной видеографии и (по выбору)	ПК 4.3 Осуществлять процесс монтажа и графики видеопродукции событийной видеографии	Навыки:
		осуществления процесса монтажа и графики видеопродукции событийной видеографии
		Умения:
		выполнять видеомонтаж и цветокоррекцию методами компьютерных технологий;
		выполнять работу с видеоматериалами различных форматов и стандартов;
		выбирать оборудование, программное обеспечение и иные средства для создания продукта.
		Знания:
		технология видеомонтажа, системы нелинейного монтажа;
		программное обеспечение для создания и работы с продуктами видеографии;
		стандарты и форматы видеоматериалов

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Трудоемкость освоения модуля

Наименование составных частей модуля	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	280	138
Курсовая работа (проект)	-	-
Самостоятельная работа	-	-
Практика, в т.ч.:	72	72
учебная	36	36
производственная	36	36
Промежуточная аттестация	18	
Всего	298	192

1
2
3
4

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов в профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической. подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Обучение по МДК					Практики	
				Всего	В том числе					
					Практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Патт	Промежуточная аттестация	Учебная	Производственная
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 1.1, ПК 1.3, ПК 2.1. ПК 4.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03, ОК 04	Раздел 1. МДК.05.01 Создание фотоизображений/ видеопродукции с использованием профессиональных технологий	142		142			4			
ПК 1.2, ПК 1.1., ОК.01, ОК.02, ОК.03, ОК, 5	Раздел 2. МДК.05.02 Цифровые технологии на предприятиях отрасли средств массовой информации	74		74			4		36	
ПК 1.1, ПК 1.3, ПК 2.1. ПК 4.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03, ОК 04	Учебная практика, часов	36		36						
	Производственная практика, часов	36		36						36
	Промежуточная аттестация(экзамен)	10								
	Всего:	298					8			

**2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля
ПМ.05 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ПРОФЕССИИ 11.010 «ФОТОГРАФ»**

Наименование разделов модуля	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	Код ПК, ОК
1	2	3	
МДК.05.01. Создание фотоизображений/ видеопродукции с использованием профессиональных технологий		46/92	
Раздел 1. Разработка проектов в области фотографирования			
	Содержание	13/13	
Тема 1. Творческие и технические приемы фотосъемки	История фотографии. Рождение фотографии. Светопись, как новый способ получения изображения. Современная фотография и реклама.	1	ПК 1.1, ПК 1.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09
	Виды фотосъемки. Портретная фотосъемка. Натюрморт. Фотопейзаж. Съемка строительства и архитектуры. Фотографирование интерьеров и отдельных предметов. Скульптура. Подвижные объекты. Жанровая фотография. Фоторепортаж. Репродуцирование.	1	
	Основные требования к фотосъемке. Знакомство с фотографией. Фотография – особая область образного творчества. Элементы фотографического процесса. Устройство фотоаппарата. Материалы для фотографии. Светочувствительные материалы. Химические вещества. Негативные и позитивные фотоматериалы и техника фотографии.	1	
	Фотокомпозиция. Композиция кадра, как одно из изобразительных средств фотографии. Определение границы кадра. Стоповой и изобразительный центр кадра. Принцип равновесия при заполнении картинной плоскости. Ритмический рисунок кадра, объект и фон в кадре. Физиология восприятия изображения. Законы композиции в фотографии. Теплые и холодные цвета.	1	
	Свет, как объект съемки. Световые решения снимка. Жесткий и мягкий свет. Влияние природы на процесс фотосъемки. Виды освещения в	1	

	фотографии. Изобразительная задача фото освещения. Светотеневой рисунок изображения. Светотональный рисунок изображения. Контровой свет. Эффект освещения. Свет и композиция кадра.		ПК 1.1, ПК 1.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03, ОК 04 ОК 05, ОК 08 ОК 09
	Методика подготовки и проведения фотосъемки. Съёмочный процесс. Выбор кадра. Объект. Точка съёмки. Освещение. Получение резкого изображения. Наводка на резкость. Глубина резко изображаемого пространства. Дифрагмирование. Экспонирование. Экспозиция. Величина выдержки.	1	
	В том числе практических занятий	13	
	Практическое занятие Методика работы с основными частями фотографического аппарата, с цифровыми аппаратами и сканером.	1	
	Практическое занятие Методика составление различных фотокомпозиций на заданную тему.	1	
	Практическое занятие Методика использования различных световых решений при фотосъемке.	1	
	Практическое занятие Фотографирование внутренних видов помещений, интерьер (точка съёмки, освещение, снаряжение, наводка на резкость, выдержка).	1	
	Практическое занятие Фотографирование отдельных предметов (фон, освещение, передача фактуры материалов, съёмка блестящих предметов). Съёмка контрастных предметов. Макросъёмка. Построение рекламного натюрморта. Построение натюрмортных силуэтов. Выразительность натюрморта. Фотографирование еды, готовых блюд, продуктов. Дары природы.	1	
	Практическое занятие. Пейзажная съёмка. Настроение в пейзаже. Передача перспективы. Черно-белые пейзажи. Съёмка против света. Ускользящий свет в пейзаже. «Эффект тонне ля». «Эфф ект замочной скважины». Ночная съёмка.	1	
Тема 2.	Содержание	35	
Цифровая обработка фотог	Практических занятий	35	ПК 2.1. ОК.01, ОК.02, ОК.03, ОК.0
		4	
	Практическое занятие. Быстрая коррекция фотоизображения. Кадрирование. Масштабирование и изменение параметров фотографии.	4	

рафии	Практическое занятие. Цветовая коррекция фотоснимков. Черно-белое преобразование. Алгоритм действий при работе с корректирующими слоем. Тусклые цвета и понижение контрастов. Коррекция цветов в фотошопе. Выборочная коррекция цвета.	6	ОК 04
	Практическое занятие. Ретуширование. Ретушь лица. Корректировка фигуры фотошопе.	8	
	Практическое занятие. Стилизация. Фотография в стиле поп-арт, ретро... Работа с текстурами.	8	
	Практическое занятие. Коллаж. Фотографика.	9	
	Патт	2	
Раздел 2. Разработка проектов в области видеосъёмки			
Тема	Содержание	22	
3. Основы режиссуры	Понятие о режиссуре. Этапы работы режиссёра. Базовые понятия режиссуры: идея, тема, сюжетная линия.	3	ПК 4.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03, ОК 04
	Этапы работы режиссёра над постановочным проектом. Съёмочный период.	3	
	Рабочие задачи режиссёра в игровом и неигровом кино	4	
	Понятие о мизансцене. Виды мизансцен. Мизанкадр.	4	
	Этапы работы режиссёра над постановочным проектом. Монтажно-тонировочный период.	4	
	Понятие о монтаже как о средстве выражения мыслей режиссёра.	4	
Тема	Содержание	11/44	
4. Основы видеосъёмки	Виды съёмочной аппаратуры. Настройки ручных параметров экспозиции при разных условиях видеосъёмки. Передача цвета и смешение цветов.	3	
	Светофильтры. Осветительное оборудование для видеосъёмки.		
	Особенности настройки ручных параметров экспозиции при видеосъёмке. Алгоритм определения экспозиции при разных условиях видеосъёмки.	3	
	Осветительное оборудование для видеосъёмки, его устройство. Светофильтры и их свойства. Параметры работы с видеоизображением:	3	

	передача цвета и смешение цветов.		ПК 4.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03 , ОК 04
	Многокамерная съёмка интервью. Настройка экспозиции при многокамерной съёмке.	2	
	В том числе практических занятий	44	
	Практическое занятие Режиссёрская документация: литературный сценарий, раскадровка, съёмочный план.	4	
	Практическое занятие Постановка режиссёром задач съёмочным службам.	4	
	Практическое занятие Монтаж как творческий акт. Кадр как идея	4	
	Практическое занятие Планирование рекламной кампании видеопроекта. Презентация проекта режиссёром	4	
	Практическое занятие Съёмка в различных условиях: недостаточная освещённость, искусственное освещение	4	
	Практическое занятие Съёмка в различных условиях: работа с различными цветовыми балансами	4	
	Практическое занятие. Съёмка в различных условиях: естественный свет, искусственное освещение.	4	
	Практическое занятие. Видеосъёмка статичных композиционных кадров человека	4	
	Практическое занятие. Подготовка к многокамерной съёмке	4	
	Практическое занятие. Проведение многокамерной съёмки	4	
	Практическое занятие. Организация многокамерной съёмки ток-шоу	4	
	Патт.	4	
МДК.05.02 Цифровые технологии на предприятиях отрасли средств массовой информации		24/46	
Тема 1. Информационные технологии в рекламной деятельности	Теоретические занятия	13/24	ПК 1.1, ПК 1.3, ПК 2.1. ПК 4.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03, ОК 04
	Информационные системы в рекламной практике. Понятие информационной системы. Процессы и свойства информационных систем. Внедрение информационных систем. Структура информационной системы. Функции информационных систем. Классификация информационных систем.	2	
	Использование информационных технологий в рекламной деятельности.	2	

	Понятие информационных технологий. Свойства информационных технологий. Классификация информационных технологий: информационные технологии обработки данных, информационные технологии управления, информационные технологии автоматизации офиса, информационная технология поддержки принятия решений.		
	Определение и основные характеристики информационного общества. Информация и цифровизация. Рекламная информация и ее виды. Информационное общество. Основные характеристики информационного общества. Понятие информации. Информационные процессы. Виды информации. Рекламная информация, виды и функции рекламной информации.	2	
	Базы данных, их использование в рекламе. Подготовка к рекламной кампании с использованием запросов из баз данных. Базы данных, основные категории данных. Основные архитектуры баз данных. Методы анализа информации. Современные программы статистической обработки данных. Способы наглядного представления результатов маркетингового исследования. Методы анализа информации.	2	
	Мультимедийные презентации. Мультимедийные презентации, их преимущества, варианты использования, разновидности. Практические основы создания мультимедийных презентации. Виды носителей, требования к созданию, процесс создания.	2	
	Средства рекламной работы в Интернет. Поисковые механизмы, информационные порталы. Интернет-реклама. Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта.	1	
	Маркетинговые исследования в Интернет: опросы online. Для чего проводят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет.	1	

	Технические требования к рекламной продукции.	1	ПК 1.1, ПК 1.3, ПК 2.1. ПК 4.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03, ОК 04
	В том числе практических занятий	24	
	Практическое занятие 1. Определение составляющих ИС, цели ИС., примеры процессов в ИС.	3	
	Практическое занятие 2. Характеристика разных видов ИТ, выявление достоинства и недостатков.	3	
	Практическое занятие 3. Информация. Классификация рекламной информации	3	
	Практическое занятие 4. Методы анализа информации. Современные программы обработки данных их анализ.	3	
	Практическое занятие 5. Работа программы Microsoft Office Word. Форматирование текста.	3	
	Практическое занятие 6. Создание презентации в Power Point. Форматирование слайдов в Power Point.	3	
	Практическое занятие 7. Создание презентации в Movie Maker.	3	
	Практическое занятие 8. Электронная почта. Работа в программе Outlook с электронной почтой.	3	
Тема 2. Современная оргтехника	Теоретические занятия	11/22	ПК 1.1, ПК 1.3, ПК 2.1. ПК 4.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03, ОК 04
	1.Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники.	3	
	2. Печатное оборудование Классификация печатного оборудования. Принципы работы матричного, струйного, лазерного принтеров. Плоттеры.	3	
	3. Копировальная техника. Средства копирования документов. Принципы работы. Сканер, его основные характеристики, принцип действия. Программы	3	
	4.Цифровые технологии. Системы обработки и воспроизведения аудиоинформации. Цифровая фото- и видеоаппаратура. Диктофонная техника.	2	
	В том числе практических занятий	22	
	Практическое занятие 1. Анимация в интернете. Создание анимационного баннера. Создание Web-страницы с помощью программы FrontPage. Изучение редактирования страниц. Опубликование файлов в Интернете.	2	

	Практическое занятие 2. Базы данных в Excel. Работа в программе Excel.	2	
	Практическое занятие 3. Выполнение реферата на тему: «Использование различных видов информационных систем в профессиональной деятельности специалиста по рекламе»	2	
	Практическое занятие 4. Подготовка и создание публикации в системе Publisher. Печатание готовых публикаций. Настольная издательская система Publisher. Подготовка и создание публикации в системе Publisher. Печатание готовых публикаций.	2	
	Практическое занятие 5. Разработка презентации. Требования: наличие списков, таблиц, рисунков и переходов на другие слайды.	2	
	Практическое занятие 6. Разработка рекламного буклета: подготовка, публикация, печатание готовой публикации.	3	
	Практическое занятие 7. Сообщение. Факсимильная и копировальная техника. Анализ рынка.	3	
	Практическое занятие 8. Сравнительная таблица: «Классификация копировальной техники и принцип её работы»	3	
	Практическое занятие 9. Сравнительная таблица: «Виды принтеров»	3	
	Итого	4	
Учебная практика Примерные виды работ: 1. Создание рекламного образа. 2. Поиск идеи и реализация создания серии фотографий, выполненной в одном из редакторов 3. Съёмочный процесс		36	
Производственная практика Виды работ: 1. Организационные работы и съёмка фоторекламы 2. Создание имиджевых и рекламных натюрмортов. 3. Выполнение фотосъёмки архитектуры и интерьера для рекламных целей 4. Организация и проведение подготовки фотомоделей к фотосъёмке. 5. Выполнение фотосъёмки фотомодели в рекламируемой одежде 6. Освоение технологии создания рекламного продукта. Выполнение фотографии для рекламы Выполнение рекламной фотосъёмки с использованием выразительных и художественных средств. 8. Разработка идеи и концепции экспозиции. 9. Разработка проектов различных типологий, в том числе фото-, арт-проектов 10. Анализ проектов с целью выявления художественных задач и технических методов реализации		36	ОК 05 ОК 08 ОК 09 ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3
	Промежуточная аттестация (Экзамен по ПМ.05)	10	
Всего		298	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинет «Профессионального цикла», оснащенный оснащенные в соответствии с приложением 3 ПОП-П.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

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

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Журов, Г. И. Основы современной цифровой фотографии : учебное пособие для СПО / Г. И. Журов, В. И. Сединин, Е. М. Погребняк. — Саратов: Профобразование, 2021. — 219 с. — ISBN 978-5-4488-1190-6. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/106630>
2. Левкина, А. В. Техника и искусство фотографии : учебное пособие / А.В. Левкина. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 295 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-013790-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1864069>.
3. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511938>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Келби, Скотт Фотография шаг за шагом. Просто и понятно / Скотт Келби; пер с англ. О. Дурлевич; — М.: АСТ, 2022 — 256 с. — ISBN 978-5-17-145025-0
2. Келби, Скотт Фотография. Просто и практично / Скотт Келби; пер с англ. О. Дурлевич; — М.: АСТ, 2022 — 256 с. — ISBN 978-5-17-148812-3
3. Лапин, А.И. Фотография как... / А. И. Лапин. - 6 изд., испр. - Москва: Treemedia, 2021. - 305 с.: - ISBN 978-952-68506-9-6
4. Найт, Крис Драматический портрет. Искусство света и тени / Крис Найт ; пер. с англ: Ю. Змеевой, Редактор: А. Исаенков, Л. Туманова ; — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019 г. — 240 с — ISBN 978-5-00146-319-1
5. Плотников, И. Предметная фотография в рекламе. Схемы света / И. Плотников ; ред. К. Андреева; — М.: Студия Артемия Лебедева, 2017 г. — 286 с. . — ISBN 978-5-98062-087-5
6. Транквилицкий, Ю. Н. Симфония светотени, формы и колорита. Композиционные основы творчества: Монография / Транквилицкий Ю.Н. - Москва :ВГИК, 2014. - 212 с.: ISBN. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/962059>
7. Уильямс, Вэл Фотография. Почему это шедевр. 80 историй великих произведений / Вэл Уильямс ; пер. с англ О. И. Перфильева; — М.: Синдбад, 2019 г. — 224 с. — ISBN 978-5-905891-01-4
8. Журнал о мировой фотографии и профессиональное фотографическое сообщество. — Текст: электронный // Photographer.Ru: [сайт]. — URL: <https://www.photographer.ru/>
9. Новостной портал в области цифровой фототехники и фотографии. — Текст: электронный // Takefoto.ru: [сайт]. — URL: <https://www.takefoto.ru/>
10. Онлайн-ресурс о фотографии, фото- и видео- технике. — Текст: электронный // Prophotos.ru: [сайт]. — URL: <https://prophotos.ru/>

11. Беленький, А. И. Цифровая фотография. Школа мастерства: практическое руководство / А. И. Беленький. - 2-е изд. - Санкт-Петербург: Питер, 2012. - 136 с. - ISBN 978-5-4237-0026-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1815883>
12. Березин, В. М. Фотожурналистика : учебник для вузов / В. М. Березин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 226 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00353-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511169>.
13. Куркова, Н. С. Аудиовизуальные технологии в рекламе : учебное пособие для вузов / Н. С. Куркова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021 ; Кемерово : Кемер. гос. ин-т культуры.. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14857-2 (Издательство Юрайт). — ISBN 978-5-8154-0571-4 (Кемер. гос. ин-т культуры.). — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/483133>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоения компетенций)	Формы контроля и методы оценки ¹⁴
ПК 1.1 Осуществлять выбор оборудования для создания фотоизображения.	Обучающийся: - свободно ориентируется в выборе оборудования для реализации поставленных задач; - владеет осветительным оборудованием и выполняет работы в соответствии с регламентом и соблюдением правил безопасности труда.	– оценка знаний во время проведения текущего контроля аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы; – оценка результатов выполнения лабораторных работ; – оценка результатов тестирования по разделам и темам профессионального модуля; – оценка отчетов по учебной и производственной практике.
ПК 1.3 Осуществлять рекламную фотосъемку в соответствии с техническим и творческим заданием.	Обучающийся применяет разнообразные методы и приемы освещения для различных видов художественной фотографии;	– оценка знаний во время проведения текущего контроля аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы; – оценка результатов выполнения лабораторных работ; – оценка результатов тестирования по разделам и темам профессионального модуля; – оценка отчетов по учебной и производственной практике.

¹⁴ Примеры оформления формы контроля: контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, защита курсовых и дипломных проектов (работ), экзамены. Примеры оформления методов оценки: интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.

ПК 2.1 Выполнять цифровую обработку фотоизображений	Обучающийся: - выполняет обработку и конвертацию цифровых фотографических изображений; - владеет навыками коррекции и цветокоррекции фотоизображений.	– оценка знаний во время проведения текущего контроля аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы; – оценка результатов выполнения лабораторных работ; – оценка результатов тестирования по разделам и темам профессионального модуля; – экспертное наблюдение выполнения лабораторных занятий
ПК 3.3 Осуществлять процесс монтажа и графики видеопроодукции событийной видеографии	Обучающийся: - осуществляет процесс монтажа и графики видеопродукции событийной видеографии; - демонстрирует обоснованность выбора инструмента, оборудования, технологий в зависимости от учебных и профессиональных задач; - выполняет требования технического задания.	– оценка знаний во время проведения текущего контроля аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы; – оценка результатов выполнения лабораторных работ; – оценка результатов тестирования по разделам и темам профессионального модуля; оценка отчетов по учебной и производственной практике.
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Обучающийся: - распознает задачу; - самостоятельно выбирает способ ее решения; - определяет обоснованность постановки цели; - выбирает и применяет методы и способы решения профессиональных задач; - адекватно оценивает эффективность и качество выполнения профессиональных задач.	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических и теоретических занятиях
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные	Обучающийся: - использует различные источники, в том числе электронные ресурсы, медиаресурсы, Интернет-ресурсы,	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических и теоретических занятиях

технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	периодические издания.	
ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Обучающийся: - демонстрирует ответственность за принятые решения - самоанализирует и корректирует результаты собственной работы; - использует знания по финансовой грамотности в профессиональной деятельности.	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических и теоретических занятиях
ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Обучающийся: - осуществляет конструктивное и эффективное взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения, с руководителями учебной и производственной практик; - показывает обоснованность анализа работы членов команды (подчиненных).	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических и теоретических занятиях
ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Обучающийся: - демонстрирует грамотную устную и письменную речь; - ясность формулирования и изложения мыслей.	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических и теоретических занятиях
ОК 08 Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной	Обучающийся: - эффективно использует средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических и теоретических занятиях

деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;	профессиональной деятельности и поддерживает необходимый уровень физической подготовленности.	
ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	Обучающийся: - эффективно использует в профессиональной деятельности необходимую техническую документацию, в том числе на английском языке.	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических и теоретических занятиях