

Автономная некоммерческая организация профессионального
образования
«Международный многопрофильный колледж»

Рассмотрено и принято на заседании
Педагогического совета
Протокол № 1 от 28.08.2025г.



УТВЕРЖДАЮ:

Директор АНО ПО «ММК»

С.А. Ядрова

Приказ № 17-ОД от 28.08.2025г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**ПМ. 03 ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И
ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ
КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

по специальности 42.02.01 Реклама

Новосибирск, 2025г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности: 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Минпросвещения России № 552 от 21 июля 2023 г., зарегистрированного в Минюсте России № 74908 от 22.08.2023

ПМ. 03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий: Рабочая учебная программа по специальности 42.02.01 Реклама – Новосибирск: АНО ПО «Международный многопрофильный колледж», 2025г.

Составитель: Мокшин Сергей Иванович, преподаватель АНО ПО «ММК»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	13
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	15

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1. Область применения программы:

Рабочая программа профессионального модуля «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных кампаний, акций и мероприятий» является частью образовательной программы, в соответствии с ФГОС СПО по специальности: 42.02.01 Реклама.

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

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

1.2.1. Перечень общих компетенций:

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

1.2.2. Перечень профессиональных компетенций:

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

1.2.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none">– выявления основных и второстепенных конкурентов;– проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды;– проведения качественных аналитических исследований рынка;– выявления основных и второстепенных конкурентов;– планирования системы маркетинговых коммуникаций;– разработки стратегии маркетинговых коммуникаций;
------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> – выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; – структуры и базовых принципов рекламного сообщения.
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> – производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; – производить качественные аналитические исследования рынка; – уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи; – преобразовывать требования заказчика в бриф; – определять ключевые цели рекламной кампании; – разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; – использовать поисковые системы интернета.
Знать	<ul style="list-style-type: none"> – способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентно среды; – методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития; – методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; – важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; – методики рекламного планирования; – важность учета пожеланий заказчика при разработке, при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; – типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.

1.2.4 Перечень личностных результатов

Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)	Код личностных результатов реализации программы воспитания
Осознающий себя гражданином и защитником великой страны.	ЛР 1
Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.	ЛР 2
Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур,	ЛР 3

отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.	
Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа».	ЛР 4
Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России.	ЛР 5
Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях.	ЛР 6
Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.	ЛР 7
Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.	ЛР 8
Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.	ЛР 9
Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.	ЛР 10
Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.	ЛР 11
Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания.	ЛР 12
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности	
Выполняющий профессиональные навыки в сфере рекламы	ЛР 13
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектом Российской Федерации	
Выполняющий профессиональные навыки рекламного дела с учетом специфики субъекта Российской Федерации	ЛР 14

1.2.5. Рекомендуемое количество часов на освоение профессионального модуля: максимальной учебной нагрузки обучающегося 386 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Объем профессионального модуля, ак. час.						
		Обучение по МДК				Практики		
		Всего	В том числе					
			Лекции, лабораторные и практические занятия	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация	Учебная	Производственная
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>
ПК.3.1, ОК.01, ОК.02, ОК.03	Раздел 1. МДК.03.01 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	128	16	-	112	-	-	-
ПК.3.2, ПК.3.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03	Раздел 2. МДК.03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	108	10	-	98	-	-	-
ПК.3.2, ПК.3.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03	Проектная компьютерная графика и мультимедия	144	16	-	128		72	
ПК.3.1, ПК.3.2, ПК.3.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03	Производственная практика, часов	72	-	-	-	-		72
ПК.3.1, ПК.3.2, ПК.3.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03	Промежуточная аттестация: Экзамен квалификационный	6	-	-	-	6	-	-
	<i>Всего:</i>	<i>458</i>	<i>42</i>	<i>-</i>	<i>338</i>	<i>6</i>	<i>-</i>	<i>72</i>

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

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
1	2	3
Раздел 1. МДК.03.01. Стратегии продвижения бренда в сети Интернет.		128/56
Тема 1.1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете	Содержание	24
	1. Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории	4
	2. Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз	4
	3. Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в интернете	4
	4. Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда	4
	5. Размещение контекстно-медийных объявлений в сети интернет	2
	6. Проведение аналитической справки конкурентов для реализации стратегии продвижения	4
	7. Разработка инструментов коммуникации в социальных сетях	2
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	28
	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.	2
	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, отдельно для женщин) Подключить на сайт Яндекс.Метрику.	4
	Практическое занятие 6. Разработать концепцию продвижения личного бренда.	2
	Практическое занятие 7. Расчет стоимости перехода клиента. Формирование KPI.	4
	Практическое занятие 8. Составить бриф на разработку РК для таргетированной рекламы.	4
	Самостоятельная работа	12
	Содержание	24

Тема 1.2. Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в интернете	1. Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в интернете.	4
	2. Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов по контекстно-медийной стратегии продвижения в интернете.	4
	3. SEO. РСЯ. Email-маркетинг.	4
	4. Проведение работ по реализации стратегии продвижения в интернете.	2
	5. Классификация рекламы. SMM. Каналы распространения email-рассылки.	4
	6. Согласование показателей эффективности и бюджета продвижения с заказчиком.	4
	7. Системы управления интернет-рекламой.	2
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	28
	Практическое занятие 9: Создать контент стратегию для личного бренда.	4
	Практическое занятие 10. Провести исследование системы веб-аналитики. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».	2
	Практическое занятие 11. Выявить более качественный инструмент в развитии сайта и онлайн-продвижения.	4
	Практическое занятие 12. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».	4
	Практическое занятие 13. Создать тематическое сообщество. Наполнить контентом.	4
	Практическое занятие 14. Определить влияние таргетированной рекламы на целевую аудиторию	2
	Практическое занятие 15. Проанализировать, где лучше всего применяется email-маркетинг.	4
	Практическое занятие 16. Собрать базу подписчиков при помощи email-маркетинга	4
	Самостоятельная работа	12
Раздел 2. МДК.03.02. Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.		108/70
Тема 2.1. Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа	Содержание	15
	1. Web Analytics - аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде.	3
	2. Принципы и практики реализации контекстной рекламы	2
	3. Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	2
	4. Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта	2
	5. Преимущества и недостатки отдельных форматов медийной рекламы; цели использования рекламодателями	2

	6. Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга	2
	7. Алгоритмы и результаты поискового продвижения.	2
	В том числе практических и лабораторных занятий	36
	1. Использование методов проведения анализа эффективности маркетинговой активности в сети «Интернет»	4
	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.	4
	7. Выбор цели для настройки. 12 категорий Вконтакте. Создание тестового режима a/b тестирования. Создание креативов для рекламы.	4
	8. Проанализировать внешнюю и внутреннюю оптимизации.	2
	9. Оптимизация meta-информации страницы	2
	10. Составить продающую цепочку для чат-бота	4
	Самостоятельная работа	4
Тема 2.2. Управление реализацией стратегии интернет- продвижения	Содержание	15
	1. Технологии привлечения посетителей на сайт	3
	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
	В том числе практических и лабораторных занятий	34
	1. Разработка уникального торгового предложения	4
	2. Продвижение нового товара с применением современных маркетинговых инструментов	2
	3. Визуальное оформление контента для личного бренда	4
	4. Разработать концепцию и план проведения рекламной и/или PR компании	4
	5. Swot анализ и Pest анализ компаний	4
	6. Позиционирование бренда. Платформа	2
	7. Алгоритмы поисковых систем и соц. сетей	4

	8. Воронка продаж. Скрипт коммерческого предложения	2
	9. Проведение рекламных кампаний в социальных медиа	4
	10. Анализ трафика на веб-сайт	4
	Самостоятельная работа	4

	МДК 01.03 Проектная компьютерная графика и мультимедия	130/62
	Раздел 1 "Основы графического редактора Adobe Photoshop"	68/34
Тема 1. Основы компьютерной графики	1. Введение в растровую графику. Отличие растровой и векторной графики.	2
	2. Размеры и разрешение растровых изображений. Форматы растровых изображений. Цветовые системы и профили. Цветовые каналы.	2
Тема 2. Основы работы в графическом редакторе Adobe Photoshop	3. Интерфейс Adobe Photoshop. Настройки при создании файлов. Отмена действий. Слои в Adobe Photoshop. Трансформирование.	2
	4. Инструменты рисования. Работа с цветом. Заливки и градиенты. Корректирующие слои.	2
	5. Инструменты выделения и маски.	2
	6. Создание маски из контрастного канала. Создание маски с помощью пера.	2
	7. Режимы наложения и стили слоя.	2
	8. Работа с текстом	2
	9. Практическая работа (промежуточная аттестация по разделу)	4
	10. Тональная коррекция изображений	4
	11. Цветовая коррекция изображений	4
Тема 4. Ретушь фотоизображений.	12. Практическая работа (промежуточная аттестация по разделу)	4
	13. Инструменты ретуши	4
	14. Фильтры. Приемы ретуши портрета с помощью фильтров.	4
Тема 5. Составление композиций и коллажей	15. Практическая работа (промежуточная аттестация по разделу)	4
	16. Коллажирование, принципы работы. Создание коллажа для печати, «Социальный плакат» (практическая работа)	4
Тема 6. Оптимизация и автоматизация работы в Adobe Photoshop	17. Создание рекламного макета для Интернет «Карточки на маркетплейсы» (практическая работа)	4
	18. Смарт-объекты. Мокапы.	4
	19. Операции. Плагины. Создание PDF презентаций.	4
Тема 7. Работа над итоговым проектом	20. Требования к итоговой работе. Начало работы над проектом: «Коллаж на свободную тему»	4

	21. Подготовка к итоговому проекту (консультации перед экзаменом). Защита проекта.	4
Раздел 2 «Основы графического редактора Adobe Illustrator»		62/28
Тема 1. Введение в векторную графику. Знакомство с интерфейсом Adobe Illustrator	1. Основы векторной графики. Интерфейс Adobe Illustrator Создание фигур. 1. Операции с векторными объектами. Выравнивание.	4 4
	3. Инструменты выделения и преобразования векторных объектов.	4
Тема 2. Основы работы в графическом редакторе Adobe Illustrator	4.Абрис. Кисти. 5. Настройки слоев. Группировка. Обтравочные маски. 6. Заливка Градиенты. Наложение текстур. 7. Символы. 8. Прозрачность. Маски прозрачности. 9. Растворная графика Трассировка. 10. Работа с текстом. 11. Практическая работа (промежуточная аттестация по разделу)	4 4 4 4 4 4 4 4 4
Тема 3. Профессиональные приемы и техники работы в Adobe Illustrator	12. Сетки перспективы 13. Сетчатый градиент. 14. Эффекты. Инструмент переход. 15 Полигональный рисунок. Техника paiper cut. 16. Итоговая аттестация. (Практическая работа «Бесшовный паттерн». Тест.)	4 4 4 4 2
Производственная практика	1. Виды работ 2. Создание клиентской базы для рекламного предприятия 3. Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии. 4. Изготовить рекламный и/или PR материал. 5. Подготовить презентационный отчет о ходе практики. 6. Изготовленная рекламная продукция. Защита проекта.	72
Промежуточная аттестация: экзамен квалификационный		6
Всего		458

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению реализации образовательной программы.

Для реализации программы профессионального модуля предусмотрен кабинет, оснащенный оборудованием:

- 1.Рабочее место преподавателя.
- 2.Посадочные места по количеству обучающихся.
- 3.Доска классная.
- 4.Стенд информационный.

5.Учебно-наглядные пособия (виртуальные аналоги): демонстрационные образцы лекарственных препаратов, наборы аннотаций к лекарственным препаратам, таблицы, схемы и др.

6. Технические средства обучения:

➤ Компьютерная техника с лицензионным программным обеспечением и возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;

➤ Мультимедийная установка или иное оборудование аудиовизуализации.

Все виды учебной деятельности обучающихся, предусмотренные учебным планом, включая промежуточную и государственную итоговую аттестацию, обеспечены расходными материалами. Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами. В образовательной организации используется электронная информационно-образовательная среда. Допускается замена печатного библиотечного фонда с предоставлением права одновременного доступа не менее 25 процентов обучающихся к электронной библиотеке Юрайт. Все учебные и методические материалы передаются в личное пользование обучаемого без права их тиражирования или передачи третьим лицам и организациям.

Оснащенные базы практики в соответствии с основной профессиональной образовательной программой по специальности.

3.2. Основные печатные издания

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

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

3. Богданова, С. В. Особенности интернет-маркетинга в России / С. В. Богданова // Социально-экономическое развитие региона: состояние, проблемы, перспективы : сборник научных трудов по материалам Международной научно-

практической конференции, Ставрополь, 31 января 2019 года. – Ставрополь: Издательство «АГРУС», 2019. – С. 65-69.

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

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

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

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

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

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

10. Гринько, О. И. Место и роль контент-маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций / О. И. Гринько // Современная экономическая наука: теоретический и практический потенциал. Инновационное развитие современного экономического образования : материалы Международной научно-практической конференции, Ярославль, 04 декабря 2019 года. – Ярославль: Общество с ограниченной ответственностью «Филигрань», 2020. – С. 43-49.

3.3. Дополнительные источники

Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение:<http://www.iaa.ru/15>
4. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>
5. Сайт о рекламном рынке [adindex.ru](http://www.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/](http://www.advertology.ru)
10. Центр правового регулирования рекламной деятельности:<http://www.cprrd.ru/>.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> - выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа. 	<p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результиативность 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 	<p>Устные выступления с презентацией Защита проектов Зачет Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 03	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - осознанное планирование повышения квалификации. 	<p>Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить</p>

		<p>альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 3.1	<ul style="list-style-type: none"> - определять и классифицировать рекламу; - применять полученные знания в практической реализации поставленных задач с учетом стандартов компетенции «Реклама»; 	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> - 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» 	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> - 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»; 	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <p>экзамена, квалификационного экзамена по модулю.</p> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - понятие и основы брендинга; - методы оценки эффективности рекламы. 	ходе проведения производственной практики.
--	---	--

КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ЛИЧНОСТНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)	Результат освоения ЛР
ЛР 1 Осознающий себя гражданином и защитником великой страны;	Проявление мировоззренческих установок на готовность молодых людей к работе на благо Отечества; проявление правовой активности и навыков правомерного поведения, уважения к Закону;
ЛР 2 Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций;	Оценка собственного продвижения, личностного развития ответственность за результат учебной деятельности и подготовки к профессиональной деятельности;
ЛР 3 Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих;	Сформированность гражданской позиции; демонстрация навыков межличностного делового общения, социального имиджа;
ЛР 4 Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа»;	Демонстрация интереса к будущей профессии; участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах
ЛР 5 Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России;	Конструктивное взаимодействие в учебном коллективе
ЛР 6 Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях;	Демонстрация навыков межличностного делового общения
ЛР 7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности;	Участие в исследовательской и проектной работе;

<p>ЛР 8 Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства;</p>	<p>Готовность к общению и взаимодействию с людьми самого разного статуса, этнической, религиозной принадлежности и в многообразных обстоятельствах;</p>
<p>ЛР 9 Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий педагог - психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях;</p>	<p>Участие в реализации просветительских программ, поисковых, археологических, военно-исторических, краеведческих отрядах и молодежных объединениях</p>
<p>ЛР 10 Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой;</p>	<p>Демонстрация умений и навыков разумного природопользования, нетерпимого отношения к действиям, приносящим вред экологии</p>
<p>ЛР 11 Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры;</p>	<p>Добровольческие инициативы по поддержке инвалидов и престарелых граждан; проявление экологической культуры, бережного отношения к родной земле, природным богатствам России и мира</p>
<p>ЛР 12 Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания.</p>	<p>Готовность к общению и взаимодействию с людьми самого разного статуса, этнической, религиозной принадлежности и в многообразных обстоятельствах</p>
<p>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности</p>	
<p>ЛР 13 Выполняющий профессиональные навыки в сфере рекламы</p>	<p>Проявляет высокопрофессиональную трудовую активность; обладает умением вести диалог</p>
<p>ЛР 14 Выполняющий профессиональные навыки рекламного дела с учетом специфики субъекта Российской Федерации</p>	<p>Готовность к постоянному повышению квалификации, самообразованию, переподготовке</p>