

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Косинская Надежда Борисовна  
Должность: Директор  
Дата подписания: 26.11.2025 15:46:29  
Уникальный программный ключ:  
4c22542f0fe3bbcc7a4a1ca1572c057958811bb



**ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
«ОБНИНСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИНФОРМАЦИИ И ПРАВА»**

---

**«УТВЕРЖДАЮ»**

Директор ОКИП

Н.Б. Косинская

«17» ноября 2025 год

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

по специальности среднего профессионального образования  
**42.02.01 РЕКЛАМА**

## **СОДЕРЖАНИЕ**

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

### 1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

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

#### 1.1.1. Перечень общих компетенций

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

#### 1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

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

#### 1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Планирования системы маркетинговых коммуникаций</li> <li>– Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций</li> </ul>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>– определять бизнес-цели заказчика, маркетинговые цели заказчика, коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании;</li> <li>– определять и формулировать цели рекламной/коммуникационной кампании;</li> <li>– определять и формулировать задачи рекламной/коммуникационной кампании;</li> <li>– уметь составлять активационный план коммуникационной стратегии,</li> </ul>

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

## 1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов 376 часов

в том числе в форме практической подготовки 244 часа

Из них на освоение МДК 164 часа

в том числе самостоятельная работа - *208 часов*

курсовая работа 20 часов

практики, в том числе учебная 72 часа

производственная 72 часа

Промежуточная аттестация – *экзамен по модулю*

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Обучение по МДК					Практики	
				Всего	В том числе				Учебная	Производственная
					Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Уточная аттестация		
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>
ПК 2.1, ОК01-ОК05, ОК07, ОК09	МДК 02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	<b>114</b>	64	<b>94</b>	44	20	30	X	<b>36</b>	<b>X</b>
ПК 2.2, ОК01-ОК05, ОК07, ОК09	МДК 02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	<b>106</b>	36	<b>70</b>	36		34		36	<b>72</b>
ПК 2.1, ПК 2.2, ОК01-ОК05, ОК07, ОК09	Учебная практика	<b>72</b>	72							
ПК 2.1, ПК 2.2, ОК01-ОК05, ОК07, ОК09	Производственная практика, часов	<b>72</b>	72							<b>72</b>
	Промежуточная аттестация	<b>12</b>	X							
	<b>Всего:</b>	<b>376</b>	<b>244</b>	<b>164</b>	<b>100</b>	<b>20</b>	<b>64</b>	<b>X</b>	<b>72</b>	<b>72</b>

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

Наименование разделов и 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	Коды компетенций, формирования которых способствует элемент программы
1	2	3	
ПМ 02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий			ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 2.1.; ПК 2.2. ЛР1-21
МДК 02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		114/44/20	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 2.1 ЛР1-21
Введение в курс		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 2.1 ЛР1-21
Тема 1.1. Логика и ключевые этапы процесса стратегического планирования	Содержание	6	
	1. Анализ и уточнение бизнес-стратегии заказчика		
	2. Анализ/разработка и корректировка маркетинговой стратегии заказчика		
	3. Коммуникационная стратегия кампании		
	4. Бюджет и оценка эффективности рекламной и коммуникационной кампании	24	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		
	Практическое занятие. Анализ и корректировка маркетинговой стратегии предприятия	12	
Практическое занятие. Создание коммуникационной стратегии предприятия	12		
Тема 1.2. Структура и этапы создания стратегического брифа (часть 1)	Содержание	6	
	1. Перевод бизнес и маркетинговых целей заказчика в коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании		
	2. Определение и создание целей рекламной/коммуникационной кампании		

	3. Создание портрета целевой аудитории		
	4. Определение позиционирования товара/услуги и поиск инсайта целевой аудитории		
	5. Основное обещание бренда/рекламодателя конечному потребителю		
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>10</b>	
	Практическое занятие. Разработка рекламной/коммуникационной кампании заказчика (часть 1)	10	
<b>Тема 1.3. Структура и этапы создания стратегического брифа (часть 2)</b>	<b>Содержание</b>	<b>6</b>	
	1. Основное обращение к целевой аудитории рекламной/коммуникационной кампании (key message)		
	2. Основные способы поиска рекламной идеи		
	3. Обоснование и выбор каналов коммуникации		
	4. Бюджетирование рекламной/коммуникационной кампании		
	5. Определение основных показателей эффективности рекламной/коммуникационной кампании и этапов ее мониторинга		
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>10</b>	
	Практическое занятие. Разработка рекламной/коммуникационной кампании заказчика (часть 2)	10	
<b>Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе)</b>		<b>20</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 2.1 ЛР1-21
1. Составление плана работы.			
2. Подбор методической и нормативной литературы.			
3. Систематизация теоретических сведений.			
4. Работа над теоретическим разделом.			
5. Сбор и обработка фактических данных.			
6. Анализ текущей ситуации предприятия.			
7. Работа над практическим разделом.			
8. Написание текста работы.			
9. Подготовка к защите курсовой работы.			
10. Презентация и защита проекта.			
<b>Курсовой проект (работа)</b>			ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 2.1 ЛР1-21
<b>Тематика курсовых проектов (работ)</b>			
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			

<ul style="list-style-type: none"> <li>5. Система брифов стратегического планирования</li> <li>6. Позиционирование и потребительский инсайт</li> <li>7. Рекламная идея и методы ее поиска на примере конкретного рынка</li> <li>8. Бюджет коммуникационной кампании: структура и основные параметры</li> <li>9. Основные метрики эффективности рекламной кампании</li> <li>10. Структура медиаплана и его основные показатели</li> <li>11. Активационный план коммуникационной стратегии</li> <li>12. Медиа стратегия предприятия</li> <li>13. Разработка и внедрение стратегического плана рекламы.</li> <li>14. Анализ и оптимизация существующей рекламной кампании в социальных сетях.</li> <li>15. Проектирование и создание интегрированной маркетинговой коммуникации для малого бизнеса.</li> <li>16. Оценка и сравнение эффективности разных медийных каналов для выбранной целевой аудитории.</li> <li>17. Исследование влияния немедийных каналов на потребительское поведение в определенной отрасли.</li> <li>18. Проектирование и оценка бюджета рекламной кампании.</li> <li>19. Аудит и анализ конкурентоспособности предприятия на выбранном рынке.</li> <li>20. Разработка и исполнение тактического плана рекламы для сезонного продукта или услуги.</li> <li>21. Изучение и применение психологических аспектов в рекламных сообщениях и их влияние на потребителей.</li> <li>22. Разработка и реализация стратегии по совершенствованию образа предприятия.</li> <li>23. Анализ законодательных аспектов рекламы в разных юрисдикциях и их влияние на практику.</li> <li>24. Создание и внедрение корпоративной социальной ответственности через коммуникационные стратегии.</li> </ul>		
<p><b>Самостоятельная учебная работа обучающегося над курсовым проектом (работой)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Планирование выполнения курсового проекта: определение этапов, сроков и ресурсов для выполнения проекта.</li> <li>2. Определение задач работы: формулирование конкретных задач и целей проекта.</li> <li>3. Изучение литературных источников: поиск и анализ научных статей, книг и других источников, связанных с тематикой проекта.</li> <li>4. Проведение предпроектного исследования: анализ рынка, конкурентов, потребностей целевой аудитории и другие исследования.</li> <li>5. Работа над проектом (разработка коммуникационных стратегий, создание креативных концепций: разработка креативных идей и дизайна для рекламных материалов, выбор и анализ каналов коммуникации: определение наиболее эффективных каналов для доставки сообщения, бюджетирование и планирование ресурсов: оценка стоимости и планирование бюджета проекта, оценка эффективности)</li> <li>6. Соблюдение этических норм и законодательства: анализ правовых ограничений и этических вопросов в рекламе.</li> <li>7. Подготовка презентации проекта: создание и проведение презентации для защиты проекта.</li> </ul>	30	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 2.1 ЛР1-21
<b>Учебная практика</b>	36	



<b>Виды работ</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализ случаев и сценариев: изучение реальных бизнес-случаев, разбор успешных и неудачных кампаний, создание собственных сценариев и стратегий.</li> <li>2. Разработка рекламных концепций: планирование и создание прототипов рекламных материалов, выбор каналов распространения, определение целевой аудитории.</li> <li>3. Проведение маркетинговых исследований: планирование и проведение опросов, анализ потребительского поведения, интерпретация полученных данных.</li> <li>4. Работа с медиа: планирование медиа-стратегий, работа с различными типами медиа, включая онлайн и офлайн каналы.</li> <li>5. Практические упражнения по коммуникациям: разработка и презентация речей, участие в дебатах, тренировка навыков общения и убеждения.</li> <li>6. Подготовка к курсовому проекту: выбор темы, планирование исследования, поиск и анализ литературных источников.</li> </ol>			
<b>МДК 02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</b>		<b>106/36</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 2.2. ЛР1-21
<b>Тема 2.1. Основные продукты работы стратега в рекламном агентстве</b>	<b>Содержание</b>	18	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 2.2. ЛР1-21
	1. Стратегический/креативный бриф		
	2. Коммуникационная стратегия и ее виды		
	3. Активационный план коммуникационной стратегии		
	4. Аналитика рынка и трендов		
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	18	
<b>Тема 2.2. Презентация продуктов работы стратега</b>	<b>Практическое занятие.</b> Стратегическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий предприятия	18	
	<b>Содержание</b>	18	
	Предъявление продуктов стратега в формате презентации	18	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	18	
	Практическое занятие. Тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий предприятия	18	
<b>Примерная тематика самостоятельной учебной работы</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Индустриальные стандарты АКАР: стратегическое планирование</li> <li>2. Маркетинговые стратегии на разных рынках</li> <li>3. Определение и сегментация целевой аудитории</li> <li>4. Составление портрета целевой аудитории</li> </ol>		<b>34</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 2.2. ЛР1-21

<ul style="list-style-type: none"> <li>5. Структура стратегического/коммуникационного брифа</li> <li>6. Система брифов стратегического планирования</li> <li>7. Позиционирование и потребительский инсайт</li> <li>8. Основное обещание и key message</li> <li>9. Рекламная идея и методы ее поиска</li> <li>10. Бюджет коммуникационной кампании: структура и основные параметры</li> <li>11. Основные метрики эффективности рекламной/коммуникационной кампании</li> <li>12. Структура медиаплана и его основные показатели</li> <li>13. Разработка или участие в реальных рекламных и коммуникационных проектах.</li> </ul>		
<p><b>Учебная практика</b> <b>Виды работ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Создание портфолио: компиляция и представление портфолио работ, включая рекламные материалы, проекты и отчеты.</li> <li>2. Этика и законодательство в рекламе: изучение и анализ законов и этических норм, регулирующих рекламную деятельность.</li> <li>3. Технологические навыки: освоение программ и инструментов для дизайна, аналитики и управления проектами.</li> <li>4. Командная работа: участие в групповых проектах, разработка стратегий и тактик в команде, оценка эффективности командной работы.</li> <li>5. Отчетность и отражение: подготовка отчетов о проделанной работе, рефлексия над полученным опытом, планирование дальнейшего развития.</li> <li>6. Участие в семинарах и воркшопах: активное участие в дополнительных занятиях, мастер-классах от профессионалов отрасли, сетевых мероприятиях.</li> <li>7.</li> </ul>	<b>36</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 2.1.; ПК 2.2. ЛР1-21
<p><b>Производственная практика (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)</b> <b>Виды работ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Анализ стратегического и тактического планирования в рекламных кампаниях.</li> <li>2. Изучение роли рекламы и коммуникации в современных маркетинговых стратегиях.</li> <li>3. Аудит и анализ конкурентного рынка и целевой аудитории.</li> <li>4. Разработка и оценка рекламных и коммуникационных стратегий для конкретного продукта или услуги.</li> <li>5. Изучение и анализ различных медиа и немедийных каналов коммуникации.</li> <li>6. Техники и методы бюджетирования рекламных и коммуникационных кампаний.</li> <li>7. Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий.</li> <li>8. Практическое применение рекламных и коммуникационных стратегий в реальных проектах.</li> <li>9. Разработка и осуществление маркетинговой стратегии как инструмента бизнес-стратегии.</li> <li>10. Разработка коммуникационной, медиа стратегии.</li> <li>11. Планирование и оценка маркетинга, рекламы и медиаплана.</li> </ul>	<b>72</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 2.1.; ПК 2.2. ЛР1-21

12. Анализ эффективности и форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования.		
<b>Всего</b>	<b>376</b>	

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Оборудование учебного кабинета:

- рабочее место преподавателя;
- посадочные места обучающихся (по количеству обучающихся);
- доска;
- дидактический материал.

Технические средства обучения:

- компьютеры, лицензионное программное обеспечение;
- мультимедийный проектор.

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

Практическая подготовка при реализации учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей) организуется путем проведения практических занятий, практикумов, лабораторных работ и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка может включать в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### 3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы:

##### **Основная литература:**

1. *Карпова, С. В.* Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561056>

2. *Поляков, В. А.* Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 418 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21621-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581838>

3. *Колышкина, Т. Б.* Проектирование и оценка рекламного образа : учебник для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10041-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565242>

4. *Малькевич, А. А.* Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебник для вузов / А. А. Малькевич. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17564-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563888>

##### **Дополнительная литература**

1. Синяева, И. М. Организация рекламного бизнеса : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 200 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20255-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569276>

2. Коноваленко, М. Ю. Реклама. Введение в профессию : учебник для среднего профессионального образования / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 298 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21373-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569842>

**Интернет-источники:**

1. Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <https://urait.ru/>

2. Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru/>

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
<b>ОК 01</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выбор и применение способов решения профессиональных задач;</li> <li>- оценка эффективности и качества выполнения задач;</li> <li>- знание более одного способа решения профессиональной задачи;</li> <li>- аргументация выбора конкретного способа.</li> </ul>	<p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ</p> <p>Кейс-задачи</p> <p>Защита проекта</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<b>ОК 02</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- соответствие найденной информации заданной теме (задаче);</li> <li>- владение разными способами представления информации;</li> <li>- результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и</li> </ul>	<p>Устные выступления с Презентацией</p> <p>Защита проектов</p> <p>Зачет</p> <p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p>

	<p>личностного развития;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- объективный анализ найденной информации;</li> <li>- использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<b>ОК 03</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации</li> </ul>	<p>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.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<b>ОК 04</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей;</li> <li>- объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата;</li> <li>- успешность применения коммуникационных способностей на практике;</li> <li>- соблюдение принципов профессиональной этики;</li> <li>- владение способами</li> </ul>	<p>Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий;</p> <p>Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий.</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> </ul>

	бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе	- экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
<b>ОК 05</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста;</li> <li>- соблюдать нормы самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;</p> <p>Экспертное наблюдение за выполнением работ.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<b>ОК 07</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности;</li> <li>- определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности;</li> <li>- соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности;</li> <li>- определение путей обеспечения ресурсосбережения;</li> <li>- выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях;</li> <li>- соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации</li> </ul>	<p>Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>

	образовательного процесса.	
<b>ОК 09</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах;</li> <li>- объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области</li> </ul>	<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ;</p> <p>Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации;</p> <p>Кейс-метод;</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<b>ПК 2.1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- адекватность и полнота разработанных планов;</li> <li>- умение определить цели и задачи кампании;</li> <li>- способность выбрать стратегические подходы;</li> </ul>	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<b>ПК 2.2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- качество анализа рынка и целевой аудитории;</li> <li>- четкость и структурированность презентации;</li> <li>- соответствие планов установленным форматам;</li> <li>- убедительность аргументации;</li> <li>- понимание стратегической направленности.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>



## **5. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

В случае обучения в колледже лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются особенности психофизического развития, индивидуальные возможности и состояние здоровья таких обучающихся.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий). На аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и (или) тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания.

Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т. д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению университетом обеспечивается выпуск и использование на учебных занятиях альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы) а также обеспечивает обучающихся надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации (диктофонов и т. д.). Допускается присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата материально-технические условия университета обеспечивают возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, а также пребывания в них (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов; наличие специальных кресел и других приспособлений).

На аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации лицам с ограниченными возможностями здоровья, имеющим нарушения опорно-двигательного аппарата могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).