

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ  
«ТЮМЕНСКИЙ ТЕХНИКУМ ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ, КОММЕРЦИИ И СЕРВИСА»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ.05 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ  
РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ**

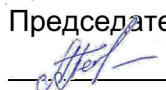
по специальности 42.02.01 Реклама

**Тюмень 2024**

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденным приказом Министерства образования и науки России от 21.07.2023 N 552 зарегистрированного министерством юстиции РФ № 74908 от 22.08.2023г.

Разработчик: И.В.Нагорнова, преподаватель первой квалификационной категории

Рассмотрено и одобрено  
на заседании ПЦК ЭУиК  
Протокол № 10 от «23» мая 2024 г.

Председатель ПЦК  
 Л.А.Перцева  
(подпись)

СОГЛАСОВАНО

\_\_\_\_\_  
(должность)

\_\_\_\_\_  
(организация, предприятие)

ФЕБРИКА РЕКЛАМЫ

**KLAKSA**

ТЮМЕНЬ

\_\_\_\_\_  
2024 г

## **СОДЕРЖАНИЕ**

1.	ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2.	РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
4.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	17
5.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	18

**1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**  
**ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям, должностям**  
**служащих Агент рекламный**

**1.1. Область применения программы**

Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена (или программы подготовки квалифицированных рабочих, служащих) в соответствии с ФГОС СПО по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида деятельности: Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих и соответствующих компетенций:

ПК 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.

ПК 5.2. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.

ПК 5.3. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.

ПК 5.4. Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.

ПК 5.5. Вести переговоры с заказчиком.

ПК 5.6. Контактировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.

ПК 5.7. Проводить подготовительные работы для поискового, контекстно-медийного продвижения и продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

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

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

**иметь практический опыт:**

ПО 1. осуществления деятельности по поиску и привлечению клиентов;

ПО 2. работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;

ПО 3. ведения переговоров с клиентом;

ПО 4. консультирования клиента, предоставляя информацию о предлагаемом товаре, услуге;

ПО 5. использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при работе с клиентом, заказчиком рекламы;

ПО 6. использования современных информационных и коммуникационных средств для размещения и продвижения рекламы;

ПО 7. установления контакта со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.

**уметь:**

У-1 осуществлять поиск заказчиков рекламных услуг и создавать клиентскую базу данных;

У-2 контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести с ними переговоры;

У-3 принимать участие в рекламных акциях в качестве исполнителя;

У-4 контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения рекламы;

У-5 применять различные средства связи с клиентами и заказчиками рекламных услуг;

У-6 осуществлять выбор средств рекламы для проведения рекламных мероприятий;

У-7 использовать компьютерную технику в рекламной деятельности;

У-8 пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графической рекламной информации при проведении презентационных мероприятий;

У-9 оцифровывать текстовую и графическую информацию;

У-10 составлять список ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта;

- У-11 проводить работы по внутренней оптимизации вебсайта согласно требованиям поисковых систем;
- У-12 проводить работы по повышению популярности вебсайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
- У-13 составлять контекстно-медийного план продвижения;
- У-14 размещать контекстно-медийных и рекламных объявлений в системах интернет-рекламы;
- У-15 подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети Интернет для продвижения веб-сайта;
- У-16 управление коммуникациями в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
- У-17 проводить аудит веб-сайта;
- У-18 проведение аналитических работ по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
- У-19 разработать стратегию поискового продвижения;
- У-20 оптимизация внутренних характеристик веб-сайта, повышение его популярности в информационно-телекоммуникационной сети Интернет и анализ поведения посетителей веб-сайта;
- У-21 составить отчет по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
- У-22 разработать и реализовать стратегию проведения медийной и контекстно-медийной кампании;
- У-23 составить задание на разработку текстовых и графических материалов для контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
- У-24 составить отчет по реализации контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
- У-25 провести аналитическую продвижения в социальных медиа;
- У-26 привлечь пользователей в интернет-сообщество;
- У-27 разработать и провести рекламную кампанию в социальных медиа;
- У-28 исследовать поведение конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
- У-29 подобрать каналы и сформировать системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
- У-30 составить и согласовать с заказчиком показатели эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
- У-31 проанализировать трафик на веб-сайт;
- У-32 организовать и провести электронные рассылки;
- У-33 разработать систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
- У-34 проконтролировать реализацию стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
- У-35 разработать систему мотивации специалистов по интернет-маркетингу;
- У-36 сформировать требования к составу и квалификации специалистов по интернет-маркетингу;
- У-37 управлять специалистами по интернет-маркетингу и контролировать их работу.

**знать:**

- З-1 нормативные правовые акты, положения, инструкции, другие руководящие материалы и документы, касающиеся торговой деятельности;
- З-2 законодательство о рекламе;
- З-3 виды рекламы и основы организации рекламной деятельности;
- З-4 перспективы развития отрасли, предприятия, учреждения, организации, производящих рекламируемую продукцию и оказывающих услуги;
- З-5 номенклатуру и ассортимент выпускаемой продукции и выполняемых услуг, основные их характеристики;
- З-6 требования потенциальных покупателей (заказчиков) производимой продукции к оказываемым услугам;

- 3-7 действующие ценники и прейскуранты;
- 3-8 основы организации связи со средствами массовой информации, приемы и методы делового общения и ведения переговоров;
- 3-9 основы психологии;
- 3-10 правила внутреннего трудового распорядка;
- 3-11 правила и нормы охраны труда;
- 3-12 виды поисковых запросов пользователей в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
- 3-13 программные средства и платформы для подбора ключевых слов и словосочетаний, отражающих специфику веб-сайта;
- 3-14 основы компьютерной грамотности;
- 3-15 правила реферирования и аннотирования текстов;
- 3-16 инструменты сбора и анализа поисковых запросов;
- 3-17 основы гипертекстовой разметки;
- 3-18 особенности работы систем управления веб-сайтами;
- 3-19 особенности функционирования поисковых систем;
- 3-20 правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;
- 3-21 правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевые слова страницы, описание страницы);
- 3-22 основы компьютерной грамотности;
- 3-23 правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;
- 3-24 методы обработки текстовой и графической информации;
- 3-25 основы контекстно-медийной рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
- 3-26 виды поисковых запросов пользователей в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
- 3-27 программные средства и платформы для подбора ключевых словосочетаний, отражающих специфику веб-сайта;
- 3-28 инструменты поиска веб-сайтов конкурентов;
- 3-29 инструменты мониторинга и сбора поисковых запросов веб-сайтов конкурентов;
- 3-30 основы компьютерной грамотности;
- 3-31 правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;
- 3-32 методы обработки текстовой и графической информации;
- 3-33 функционирование современных социальных медиа;
- 3-34 аудитория различных социальных медиа;
- 3-35 методы оценки соответствия аудитории площадки в социальных медиа и целевой аудитории;
- 3-36 особенности функционирования поисковых машин;
- 3-37 основы коммуникаций в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
- 3-38 основы компьютерной грамотности;
- 3-39 правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;
- 3-40 основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;
- 3-41 основы оптимизации веб-сайта под требования современных поисковых машин;
- 3-42 основы деловой коммуникации;
- 3-43 основы веб-аналитики.

### **1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

всего – **214** часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – **214** часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **106** часов;

учебной практики – **36** часа;

производственной практики – **72** часа.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности: Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 5.1.	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов
ПК 5.2.	Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг
ПК 5.3.	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком
ПК 5.4.	Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг
ПК 5.5.	Вести переговоры с заказчиком
ПК 5.6.	Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникативные технологии при получении и оформлении заказа
ПК. 5.7	Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ОК 01.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 02.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 03.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 04.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 05.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 06.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 07.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 08.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 09.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

**2.1 Целевые ориентиры воспитания, формируемые в процессе освоения учебной дисциплины** (в соответствии с программой воспитания по специальности 42.02.01 Реклама.

Код ЦО	Дескрипторы
ЦО 6	Обладающий опытом гражданской социально значимой деятельности (в студенческом самоуправлении, добровольческом движении, предпринимательской деятельности, экологических, военно-патриотических и др. объединениях, акциях, программах)

ЦО 12	Проявляющий уважение к жизни и достоинству каждого человека, свободе мировоззренческого выбора и самоопределения, к представителям различных этнических групп, традиционных религий народов России, их национальному достоинству и религиозным чувствам с учётом соблюдения конституционных прав и свобод всех граждан
ЦО 44	Сознающий свою позицию активного и ответственного члена российского общества, осознающего свои конституционные права и обязанности, уважающего закон и правопорядок, обладающего чувством собственного достоинства, осознанно принимающего традиционные национальные и общечеловеческие гуманистические и демократические ценности
ЦО 45	Понимающий и принимающий гуманистические, демократические и традиционные ценности многонационального российского общества с помощью воспитания способности к духовному развитию, нравственному самосовершенствованию, уважительно относящегося к религиозным чувствам, взглядам людей или их отсутствию
ЦО 48	Осознающий приоритетную ценность личности человека, уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.



### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям, должностям служащих Агент рекламный

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практик и)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	В т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	В т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	В т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 5.1. – ПК 5.5.	МДК.05.01 Технология продаж	56	56	40					
	МДК.05.02 Продвижение в сети Интернет	50	50	34					
	Учебная практика	36						36	
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	72							72
	<b>Всего:</b>	<b>214</b>	<b>106</b>	74				<b>36</b>	<b>72</b>

### 3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

#### ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям, должностям служащих Агент рекламный

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям, должностям служащих Агент рекламный		324	
МДК.05.01 Технология продаж		56	
Тема 1.1. Сфера деятельности агента рекламного	Содержание учебного материала	2	
	1. Значение профессии Агент рекламный		1
	2. Виды деятельности по профессии Агент рекламный		1
	3. Требования к квалификации Агента рекламного		1
	4. Сущность и задачи рекламы в деятельности рекламного агента		1
	5. Рекламный процесс и его участники		1
	Практические занятия:	6	
	1. Практическое занятие № 1. Составление профессионального портрета Агента рекламного	2	
	2. Практическое занятие № 2,3. Анализ рекламодателей в СМИ	4	
Тема 1.2. Предоставление рекламных услуг	Содержание учебного материала	2	
	1. Виды рекламных услуг		2
	2. Различные типы рекламных агентств, их преимущества и недостатки		2
	3. Основные функциональные подразделения рекламного агентства		1
	4. Сведения рекламодателя, необходимые рекламному агентству		1
	5. Брифы и технические задания на предоставление услуг		1
	Практические занятия:	8	
	1. Практическое занятие № 3,4. Анализ рекламных агентств города	4	
	2. Практическое занятие № 5,6. Предоставление рекламных услуг в зависимости от типа рекламного агентства	4	
	Содержание учебного материала	2	
	1. Организация деятельности по поиску клиентов		1

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
Тема 1.3. Деятельность по поиску и привлечению клиентов	2.	Схемы привлечения клиентов		1
	3.	Эффективные способы привлечения клиентов		1
	Практические занятия:		4	
	1.	Практическое занятие № 7. Организация деятельности по поиску и привлечению клиентов	2	
	2.	Практическое занятие № 8. Составление и заполнение клиентского брифа	2	
Тема 1.4. Техники продаж	Содержание учебного материала		2	
	1.	Техника продаж AIDA		2
	2.	Техника SPIN		2
	3.	Техника FAB, сторителлинг и промо-продукта		2
	Практические занятия:		8	
	1.	Практическое занятие № 9. Разработка и презентация предложения для покупателя с применением техники AIDA.	2	
	2.	Практическое занятие № 10. Разработка и презентация предложения для покупателя с применением техники SPIN	2	
	3.	Практическое занятие № 11. Разработка и презентация предложения для покупателя с применением техник FAB, сторителлинг и промо-продукта.	2	
Тема 1.5. Этапы продаж: установление контакта; выявление потребностей.	Содержание учебного материала		2	
	1.	Особенности установления контакта с покупателем		1
	2.	Выявление потребностей. Правило открытых и закрытых вопросов.		1
Тема 1.6. Этапы продаж: презентация продукта; отработка возражений.	Содержание учебного материала		2	
	1.	Представление продукта/услуги. Приемы отработки возражений		1
	Практические занятия:		4	
	1.	Практическое занятие № 12 Разработка скриптов по этапам продаж	2	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
	2.	<b>Практическое занятие № 13.</b> Отработка этапов продаж в деловой игре «Купи слона»	2	
<b>Тема 1.7. Этапы продаж ; увеличение чека; закрытие сделки.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>2</b>	
	1.	Cross-sell, допродажа		2
	2.	Up-sell, предложение более дорогого товара		2
	3.	Реквизиты. Оформление договора.		2
	4.	Обратная связь.		2
	<b>Практические занятия:</b>		<b>8</b>	
	1.	<b>Практическое занятие № 14,15.</b> Составление и отработка скриптов для этапов продаж – увеличение чека.	4	
	2.	<b>Практическое занятие № 16,17.</b> Составление и отработка скриптов для этапов продаж – Закрытие сделки.	2	
	3.	<b>Практическое занятие № 18,19.</b> Составление договора и закрывающих документов по сделке оказания рекламных услуг.	2	
<b>Тема 1.8. Коммерческое предложение, как инструмент продаж.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>2</b>	
	1.	Принципы составления и оформления коммерческого предложения		1
	<b>Практические занятия:</b>		<b>2</b>	
	1.	<b>Практическое занятие № 20.</b> Разработка коммерческого предложения для покупателя	2	
<b>МДК.05.02 Продвижение в сети Интернет</b>			<b>50</b>	
<b>Тема 1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>2</b>	
	1.	<i>Основные термины и определения, используемые в веб-аналитике</i>		1
	2.	<i>Работа поисковых систем</i>		1
	3.	<i>Список ключевых слов</i>		2
	<b>Практические занятия:</b>		<b>4</b>	
	1.	<b>Практическое занятие № 1.</b> Составление словаря терминов «Продвижение в сети интернет	2	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
телекоммуникационной сети Интернет	2.	<b>Практическое занятие № 2.</b> Составление чек-листа «Работа с поисковыми системами»	2	
<b>Тема 2.</b> <b>Оптимизация веб-сайта согласно требованиям поисковых систем</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>2</b>	2
	1.	Анализ контента сайта. Контент сайта: понятие, виды		2
	2.	Оптимизация гипертекстовой разметки веб-сайта и метаинформации страницы		2
	3	Размещение информации о продвигаемом вебсайте и оценка подобранных площадок на соответствия тематике продвигаемого веб-сайта		2
	<b>Практические занятия:</b>		<b>4</b>	
	1.	<b>Практические занятия № 3.</b> Составление аналитической записки по результатам анализа контента сайта	2	
	2	<b>Практические занятия № 4.</b> Разработка алгоритма размещения информации на сайте	2	
<b>Тема 3.</b> <b>Социальные сети</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>2</b>	2
	1.	Социальные сети и их характеристики		2
	2.	Выбор и обоснование социальных сетей для работы с целевой аудиторией		2
	3.	Технические требования для размещения информации в социальных сетях		2
	<b>Практические занятия:</b>		<b>4</b>	
	1.	<b>Практические занятия № 5.</b> Поиск и обоснование примеров ведения аккаунтов в социальных сетях	2	
	2.	<b>Практические занятия № 6.</b> Создание примеров ведения аккаунтов в социальных сетях	2	
<b>Тема 4.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>2</b>	2
	1.	Понятие стратегии и ее составных элементов		2

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
<b>Разработка стратегии продвижения компании в сети Интернет</b>	2.	Концепция продвижения		2
	3.	Формулирование целей и задач. Декомпозиция целей		2
	4.	SMART – технология постановки целей		2
	<b>Практические занятия:</b>		<b>4</b>	
	1.	<b>Практические занятия № 7.</b> Формулирование стратегии продвижения	2	
	2.	<b>Практические занятия № 8.</b> Целеполагание реализации стратегии продвижения в социальных сетях	2	
<b>Тема 5. Разработка контент-плана продвижения в социальных сетях</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>2</b>	2
	1.	Способы и инструменты реализации стратегии		2
	2.	Контент-план		2
	3.	Рубрикатор		2
	4.	Тематика постов. Тип контента		2
	<b>Практические занятия:</b>		<b>4</b>	
	1.	<b>Практические занятия № 9.</b> Составление рубрикатора и тем постов	2	
	2.	<b>Практические занятия № 10.</b> Составление контент-плана	2	
<b>Тема 6. Блоггинг</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>2</b>	2
	1.	Суть блоггинга		2
	2.	Алгоритмы блоггинга		2
	<b>Практические занятия:</b>		<b>4</b>	
	1.	<b>Практические занятия № 11.</b> Отработка использования инструментария современных социальных медиа	2	
	2.	<b>Практические занятия № 12.</b> Работа с графическими и текстовыми материалами с использованием программных средств и платформ	2	
<b>Тема 7. Рассылки</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>2</b>	2
	1.	Рассылки: понятие		2

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
	2.	Виды рассылок		2
	3.	Структура рассылок		2
	4.	Специальные предложения		2
	5.	Креативы для рассылок		2
	Практические занятия:		6	
	1.	Практические занятия № 13. Создание триггерной рассылки	2	
	2.	Практические занятия № 14. Создание служебной и информационной рассылки	2	
	3.	Практические занятия № 15. Создание продающего письма	2	
	Тема 8. Лендинг	Содержание учебного материала		2
1.		Лендинг и его функции	2	
2.		Структура лендинга	2	
3.		Конверсионные элементы	2	
Практические занятия:		4		
1.		Практические занятия № 16. Создание прототипа лендинга		2
2.		Практические занятия № 17. Разработка лендинга на Тильде, Wix		2
Итого за семестр			106	
Учебная практика			36	
1. Вводный инструктаж. Техника безопасности.			6	
2. Ознакомление с заявкой заказчика.			6	
3. Анализ информационного поля проекта.			6	
4. Провести анализ аналогичных проектов.			6	
5. Разработать стратегию продвижения в социальных сетях.			6	
6. Разработать план реализации стратегии.			6	
Производственная практика			72	
Виды деятельности:			6	
1. Вводный инструктаж. Техника безопасности.				

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
2. Составить рубрикатор и тематику текстов для публикации в социальных сетях.		6	
3. Подготовить тексты для публикации в социальных сетях.		6	
4. Подготовить материалы для публикации на сайте компании.		6	
5. Разработка контент-плана для социальных сетей.		6	
6. Разработка специальных предложений.		6	
7. Разработка УТП.		6	
8. Составление деловых писем. Составление писем для рассылки.		6	
9. Разработка лендинга. Составление сметы создания лендинга.			
10. Разработка рекламных креативов.		6	
11. Составление отчета по практике.		6	
12. Составление презентации стратегии продвижения и лендинга для защиты перед заказчиком.		6	
<b>Всего</b>		<b>214</b>	



## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация программы модуля предполагает наличие кабинета экономики и менеджмента, лаборатории информационных и коммуникационных технологий.

#### **Кабинет экономики и менеджмента**

Стол преподавательский, столы письменные, доска магнитно-меловая телевизор, шкаф для документов, моноблок, стулья, система хранения, информационно-тематические стенды, акустическая система, которая включает в себя мультимедийное оборудование и беспроводную сеть Wi-fi; электронные средства обучения, учебные видеофильмы, демонстрационные учебные таблицы; демонстрационные материалы, портреты учёных; компьютер с базовым лицензионным программным обеспечением: Microsoft Windows 10; Microsoft Office 2016 Professional; Kaspersky endpoint security; 7zip(Свободно распространяемое ПО); Adobe Creative Cloud для образовательных организаций Microsoft Office 2016 Professional; CorelDraw 2018.

#### **Лаборатория информационных и коммуникационных технологий**

Доска магнитно- меловая, проектор, доска интерактивная, моноблок, флипчарт, столы компьютерные, стол преподавательский, парты, стулья компьютерные, стулья, шкаф архивный, шкаф открытый, Microsoft Windows 10; Microsoft Office 2016 Professional; Kaspersky endpoint security; 7zip (Свободно распространяемое ПО); Adobe Creative Cloud для образовательных организаций Microsoft Office 2016 Professional; CorelDraw 2018.

### **4.2. Информационное обеспечение обучения**

#### **4.2.1. Основные источники:**

1. Карпова, С. В. Рекламное дело [Электронный ресурс]: учебник и практикум для СПО / С. В.Карпова. – 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юрайт, 2022. - 431 с.- (Профессиональное образование). – URL: [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)

#### **4.2.2. Дополнительные источники:**

1. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства [Электронный ресурс]: учебник и практикум для СПО / В. А. Поляков. - Москва: Юрайт, 2022. - 514 с.: [12] с. цв.вкл. - (Профессиональное образование). – URL: [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)

### **4.3. Общие требования к организации образовательного процесса**

Учебные занятия проводятся в учебных лабораториях техникума, оснащенных учебным, лабораторным, специализированным оборудованием, вычислительной техникой, необходимым комплектом программного обеспечения и информационно-образовательными ресурсами в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

Учебная практика проводится преподавателями в учебных мастерских и лабораториях техникума, либо в организациях в специально оборудованных помещениях на основе договоров между организацией, осуществляющей деятельность по образовательной программе соответствующего профиля, и техникумом.

Производственная практика проводится на предприятиях, соответствующих профилю подготовки обучающихся на основе договоров, заключаемых между организацией и техникумом под руководством преподавателей/ мастеров и руководителей предприятий.

Консультации проводятся преподавателями по утвержденному графику.

### **4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Реализация программы должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого профессионального модуля и опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения позволяют проверить у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК. 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ведения переговоров с заказчиком;</li> <li>- контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком;</li> <li>- виды рекламной деятельности;</li> <li>- виды рекламных средств и средств распространения рекламы;</li> <li>- требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;</li> <li>- субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;</li> <li>- ответственность участников рекламного процесса за ненадежную рекламу;</li> <li>- социально-психологические основы рекламы;</li> <li>- факторы и методы взаимодействия рекламы на человека;</li> <li>- факторы, влияющие на покупку товаров;</li> <li>- информационные материалы связей с общественностью, их виды;</li> <li>- организационная структура предприятий</li> </ul>	<p><b>Текущий контроль:</b> экспертное наблюдение и оценка в процессе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- практических занятий;</li> <li>- практических заданий по учебной и производственной практикам;</li> <li>- видов заданий по самостоятельной работе.</li> </ul> <p><b>Промежуточная аттестация:</b> экспертное наблюдение и оценка выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- практических заданий на дифференцированном зачете/ зачете/ экзамене по МДК;</li> <li>- выполнения заданий экзамена по профессиональному модулю;</li> <li>- экспертная оценка защиты отчетов по учебной и производственной практикам.</li> </ul>
ПК. 5.2. Осуществлять в качестве посредника работы по представлению рекламных услуг.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- организации связи со средствами массовой информации;</li> <li>- виды рекламной деятельности;</li> <li>- виды рекламных средств и средств распространения рекламы;</li> <li>- требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;</li> <li>- субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;</li> <li>- правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг;</li> </ul>	<p><b>Текущий контроль:</b> экспертное наблюдение и оценка в процессе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- практических занятий;</li> <li>- практических заданий по учебной и производственной практикам;</li> <li>- видов заданий по самостоятельной работе</li> </ul> <p><b>Промежуточная аттестация:</b> экспертное наблюдение и оценка выполнения:</p>

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ответственность участников рекламного процесса за ненадежную рекламу;</li> <li>- социально-психологические основы рекламы;</li> <li>- факторы и методы взаимодействия рекламы на человека;</li> <li>- факторы, влияющие на покупку товаров;</li> <li>- информационные материалы связей с общественностью, их виды;</li> <li>- организационная структура предприятий.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- практических заданий на дифференцированном зачете/ зачете/ экзамене по МДК;</li> <li>- выполнения заданий экзамена по профессиональному модулю;</li> <li>- экспертная оценка защиты отчетов по учебной и производственной практикам</li> </ul>
5.3. Оформить договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком	<ul style="list-style-type: none"> <li>- оформлять договор между рекламодателем и рекламным агентством. Договор между рекламным агентством и субъектом распространения рекламы;</li> <li>- виды рекламной деятельности;</li> <li>- виды рекламных средств и средств распространения рекламы;</li> <li>- требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;</li> <li>- субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;</li> <li>- правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг;</li> <li>- ответственность участников рекламного процесса за ненадежную рекламу;</li> <li>- средства копирования и оперативного размножения документов;</li> <li>- средства для обработки документов.</li> </ul>	<p><b>Текущий контроль:</b> экспертное наблюдение и оценка в процессе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- практических занятий;</li> <li>- практических заданий по учебной и производственной практикам;</li> <li>- видов заданий по самостоятельной работе</li> </ul> <p><b>Промежуточная аттестация:</b> экспертное наблюдение и оценка выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- практических заданий на дифференцированном зачете/ зачете/ экзамене по МДК;</li> <li>- выполнения заданий экзамена по профессиональному модулю;</li> <li>- экспертная оценка защиты отчетов по учебной и производственной практикам</li> </ul>
ПК. 5.4. Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг	<ul style="list-style-type: none"> <li>- контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком;</li> <li>- осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг;</li> </ul>	<p><b>Текущий контроль:</b> экспертное наблюдение и оценка в процессе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- практических занятий;</li> <li>- практических заданий по учебной и производственной практикам</li> </ul>

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;</li> <li>- проводить основные мероприятия связей с общественностью;</li> <li>- виды рекламной деятельности;</li> <li>- виды рекламных средств и средств распространения рекламы;</li> <li>- требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;</li> <li>- субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;</li> <li>- правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг;</li> <li>- ответственность участников рекламного процесса за ненадежную рекламу;</li> <li>- социально-психологические основы рекламы;</li> <li>- факторы и методы взаимодействия рекламы на человека;</li> <li>- факторы, влияющие на покупку товаров;</li> <li>- информационные материалы связей с общественностью, их виды;</li> <li>- организационная структура предприятий.</li> </ul>	<p>производственной практикам;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- видов заданий по самостоятельной работе</li> </ul> <p><b>Промежуточная аттестация:</b> экспертное наблюдение и оценка выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- практических заданий на дифференцированном зачете/ зачете/ экзамене по МДК;</li> <li>- выполнения заданий экзамена по профессиональному модулю;</li> <li>- экспертная оценка защиты отчетов по учебной и производственной практикам</li> </ul>
ПК. 5.5. Вести переговоры с заказчиками.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком;</li> <li>- осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг;</li> <li>- выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;</li> <li>- виды рекламной деятельности;</li> <li>- виды рекламных средств и средств распространения рекламы;</li> <li>- требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;</li> <li>- субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;</li> </ul>	<p><b>Текущий контроль:</b> экспертное наблюдение и оценка в процессе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- практических занятий;</li> <li>- практических заданий по учебной и производственной практикам;</li> <li>- видов заданий по самостоятельной работе.</li> </ul> <p><b>Промежуточная аттестация:</b> экспертное наблюдение и оценка выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- практических заданий на дифференцированном зачете/ зачете/ экзамене по МДК;</li> </ul>

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг;</li> <li>- ответственность участников рекламного процесса за ненадежную рекламу;</li> <li>- социально-психологические основы рекламы;</li> <li>- факторы и методы взаимодействия рекламы на человека;</li> <li>- факторы, влияющие на покупку товаров;</li> <li>- информационные материалы связей с общественностью, их виды;</li> <li>- организационная структура предприятий.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выполнения заданий экзамена по профессиональному модулю;</li> <li>- экспертная оценка защиты отчетов по учебной и производственной практикам</li> </ul>
ПК. 5.6. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникативные технологии при получении и оформлении заказа.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать способы оперативной полиграфии;</li> <li>- использовать вычислительные средства в рекламной деятельности;</li> <li>- средства оргтехники и требования безопасности труда;</li> <li>- средства составления оригиналов текстовых документов;</li> <li>- средства копирования и оперативного размножения документов;</li> <li>- средства для обработки документов;</li> <li>- средства связи.</li> </ul>	<p><b>Текущий контроль:</b> экспертное наблюдение и оценка в процессе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- практических занятий;</li> <li>- практических заданий по учебной и производственной практикам;</li> <li>- видов заданий по самостоятельной работе</li> </ul> <p><b>Промежуточная аттестация:</b> экспертное наблюдение и оценка выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- практических заданий на дифференцированном зачете/ зачете/ экзамене по МДК;</li> <li>- выполнения заданий экзамена по профессиональному модулю;</li> <li>- экспертная оценка защиты отчетов по учебной и производственной практикам.</li> </ul>
ПК. 5.7. Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений,	<ul style="list-style-type: none"> <li>- составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта;</li> </ul>	<p><b>Текущий контроль:</b> экспертное наблюдение и оценка в процессе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- практических занятий;</li> </ul>

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно- телекоммуникационной сети Интернет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- проведение работ по внутренней оптимизации вебсайта согласно требованиям поисковых систем</li> <li>- проведение работ по повышению популярности вебсайта в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;</li> <li>- составление контекстно-медийного плана продвижения;</li> <li>- размещение контекстно-медийных и рекламных объявлений в системах интернет-рекламы;</li> <li>- подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети Интернет для продвижения веб-сайта;</li> <li>- управление коммуникациями в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети Интернет;</li> <li>- проведение аудита веб-сайта;</li> <li>- проведение аналитических работ по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;</li> <li>- разработка стратегии поискового продвижения;</li> <li>- оптимизация внутренних характеристик веб-сайта, повышение его популярности в информационно-телекоммуникационной сети Интернет и анализ поведения посетителей веб-сайта;</li> <li>- составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;</li> <li>- разработка и реализация стратегии проведения медийной и контекстно-медийной кампании;</li> <li>- составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- практических заданий по учебной и производственной практикам;</li> <li>- видов заданий по самостоятельной работе по МДК 05.02</li> </ul> <p><b>Промежуточная аттестация:</b> экспертное наблюдение и оценка выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- практических заданий на дифференцированном зачете/ зачете/ экзамене по МДК 05.02;</li> <li>- выполнения заданий экзамена по профессиональному модулю;</li> <li>- экспертная оценка защиты отчетов по учебной и производственной практикам</li> </ul>

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	<p>телекоммуникационной сети Интернет;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составление отчетов по реализации контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;</li> <li>- проведение аналитических работ по изучению конкурентов;</li> <li>- разработка стратегии продвижения в социальных медиа;</li> <li>- привлечение пользователей в интернет-сообщество;</li> <li>- разработка и проведение рекламных кампаний в социальных медиа;</li> <li>- исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;</li> <li>- подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;</li> <li>- составление и согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;</li> <li>- анализ трафика на веб-сайт;</li> <li>- организация и проведение электронных рассылок;</li> <li>- разработка системы показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;</li> <li>- контроль реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;</li> </ul>	

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- разработка системы мотивации специалистов по интернет-маркетингу;</li> <li>- формирование требований к составу и квалификации специалистов по интернет-маркетингу;</li> <li>- управление специалистами по интернет-маркетингу и контроль их работы;</li> <li>- виды поисковых запросов пользователей в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;</li> <li>- программные средства и платформы для подбора ключевых слов и словосочетаний, отражающих специфику веб-сайта;</li> <li>- основы компьютерной грамотности;</li> <li>- правила реферирования и аннотирования текстов;</li> <li>- инструменты сбора и анализа поисковых запросов;</li> <li>- основы гипертекстовой разметки;</li> <li>- особенности работы систем управления веб-сайтами;</li> <li>- особенности функционирования поисковых систем;</li> <li>- правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;</li> <li>- правила формирования основных тегов (заголовки страницы, ключевые слова страницы, описание страницы);</li> <li>- основы компьютерной грамотности;</li> <li>- правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;</li> <li>- методы обработки текстовой и графической информации;</li> <li>- основы контекстно-медийной рекламы в информационно-</li> </ul>	



Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	<p>телекоммуникационной сети Интернет;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- виды поисковых запросов пользователей в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;</li> <li>- программные средства и платформы для подбора ключевых словосочетаний, отражающих специфику веб-сайта;</li> <li>- инструменты поиска веб-сайтов конкурентов;</li> <li>- инструменты мониторинга и сбора поисковых запросов веб-сайтов конкурентов;</li> <li>- основы компьютерной грамотности;</li> <li>- правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;</li> <li>- методы обработки текстовой и графической информации;</li> <li>- функционирование современных социальных медиа;</li> <li>- аудиторию различных социальных медиа;</li> <li>- методы оценки соответствия аудитории площадки в социальных медиа и целевой аудитории;</li> <li>- особенности функционирования поисковых машин;</li> <li>- основы коммуникаций в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;</li> <li>- основы компьютерной грамотности;</li> <li>- правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;</li> <li>- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;</li> <li>- основы оптимизации веб-сайта под требования современных поисковых машин;</li> <li>- основы деловой коммуникации;</li> <li>- основы веб-аналитики;</li> </ul>	

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ОК 01. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- демонстрация интереса к будущей профессии.	Текущий контроль в форме: - защиты практических занятий; - контрольных работ по темам МДК; - выполнения проектов; - выполнения самостоятельных работ; - дифференцированного зачета по МДК 05.02 и экзамена по МДК 05.01
ОК 02. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- рациональность планирования и организации деятельности по разработке и созданию рекламного продукта; - своевременность сдачи заданий, отчетов, проектов; - обоснованность постановки цели, выбора и применения методов и способов при создании рекламного продукта;	
ОК 03. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области разработки рекламных продуктов.	
ОК 04. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- эффективный поиск необходимой информации; - использование различных источников, включая электронные.	
ОК 05. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- работа на ПК	
ОК 06. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- внесение аргументированных предложений по поводу решения задачи; - проявление внимания к точке зрения членов команды; - объективная оценка вклада других; - предотвращение или	

	продуктивное урегулирование конфликтов.	
ОК 07. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- самоанализ и коррекция результатов собственной работы.	
ОК 08. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля.	
ОК 09. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	- анализ инноваций в области разработки концепции продвижения.	
ЦО 2. Сознательный своё единство с народом России как источником власти и субъектом тысячелетней российской государственности, с Российским государством, ответственность за его развитие в настоящем и будущем на основе исторического просвещения, российского национального исторического сознания.	Обладает опытом гражданской социально значимой деятельности (в студенческом самоуправлении, добровольческом движении, предпринимательской деятельности, экологических, военно-патриотических и др. объединениях, акциях, программах)	Наблюдение и экспертная оценка результатов выполнения заданий на практических занятиях
ЦО 7. Осознающий свою национальную, этническую принадлежность, демонстрирующий приверженность к родной культуре, любовь к своему народу	Проявляет уважение к жизни и достоинству каждого человека, свободе мировоззренческого выбора и самоопределения, к представителям различных этнических групп, традиционных религий народов России, их национальному достоинству и религиозным чувствам с учётом соблюдения конституционных прав и свобод всех граждан	Наблюдение и экспертная оценка целевых ориентиров
ЦО 19 Ориентированный на осознанное творческое самовыражение, реализацию творческих способностей, на эстетическое обустройство собственного быта, профессиональной среды.	Проявляет творческие способности для самовыражения, при обустройстве собственного быта, профессиональной среды	
ЦО 44. Сознательный свою	Сознает свою позицию	Наблюдение и

позицию активного и ответственного члена российского общества, осознающего свои конституционные права и обязанности, уважающего закон и правопорядок, обладающего чувством собственного достоинства, осознанно принимающего традиционные национальные и общечеловеческие гуманистические и демократические ценности	активного и ответственного члена российского общества, осознающего свои конституционные права и обязанности, уважающего закон и правопорядок, обладающего чувством собственного достоинства, осознанно принимающего традиционные национальные и общечеловеческие гуманистические и демократические ценности	экспертная оценка целевых ориентиров
ЦО 55. Демонстрирующий готовность к участию в инновационной деятельности Тюменского региона	Демонстрирует готовность к участию в инновационной деятельности. Генерирует креативные, инновационные идеи для развития Тюменской области.	Наблюдение и экспертная оценка целевых ориентиров
ЦО 57. Демонстрирующий готовность поддерживать партнерские отношения с коллегами, работать в команде.	Сознает приоритетную ценность личности человека, уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.	Наблюдение и экспертная оценка целевых ориентиров