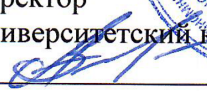




Автономная некоммерческая организация
профессиональная образовательная организация
«Университетский колледж БРИКС»



УТВЕРЖДАЮ
Директор
Университетский колледж БРИКС
 А.Ю. Замлелый

20.02.2025

Приказ № 20-02-25/1 от 20.02.2025

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
«ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ
РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»**

Программа подготовки специалистов среднего звена

Уровень образования:
Среднее профессиональное образование

Специальность:
42.02.01 Реклама

Направленность:
Реклама

Присваиваемая квалификация:
специалист по рекламе

Форма обучения: **заочная**

Уровень образования, необходимый для приема на обучение по образовательной
программе: **среднее общее образование**

Срок получения среднего профессионального образования: **2 года 10 месяцев**

Москва, 2025

1. Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

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

Место профессионального модуля в структуре образовательной программы: профессиональный модуль включен в профессиональный цикл образовательной программы.

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен иметь:

Код компетенции	Знания	Умения	Опыт (навыки)
ПК 1.1	Знает методы сегментации целевой аудитории. Знает критерии сегментации целевой аудитории для постановки задач. Знает методы определения целевой аудитории в местах продаж.	Умеет составлять портрет представителя целевой группы. Умеет формировать портрет целевой аудитории под задачи кампании. Умеет сегментировать посетителей торговой точки.	Имеет навык формирования описания целевой аудитории для продукта. Имеет навык выбора целевых групп под конкретные цели и задачи. Имеет навык выбора целевых групп для POS-акций.
ПК 1.3	Знает модели и методы анализа конкурентов. Знает методы сбора и анализа информации о конкурентах. Знает методы анализа рекламной деятельности конкурентов.	Умеет проводить сравнительный анализ продуктов конкурентов. Умеет составлять профиль конкурента на основе данных исследования. Умеет собирать и систематизировать данные о рекламных активностях конкурентов.	Имеет навык составления конкурентного листа по заданным параметрам. Имеет навык выявления сильных и слабых сторон конкурентов. Имеет навык подготовки аналитического отчета о конкурентах в рекламном бизнесе.

ПК 1.4	Знает методологии постановки целей и задач кампаний. Знает методики постановки целей и задач рекламных кампаний. Знает принципы постановки целей для рекламы в местах продаж.	Умеет определять цели и задачи для рекламных акций и мероприятий. Умеет формулировать цели и задачи рекламной кампании в соответствии с бизнес-задачами. Умеет формулировать цели и задачи для POS-мероприятий.	Имеет навык разработки и оформления дерева целей и задач кампаний. Имеет навык документального оформления целей и задач рекламных кампаний. Имеет навык оформления целей и задач рекламной кампании в месте продаж.
ПК 1.2	Знает методы оценки объема рынка.	Умеет рассчитывать объем рынка по данным исследования.	Имеет навык комплексной оценки объема рынка.

2. Структура и содержание профессионального модуля

2.1. Структура профессионального модуля

Наименование составных частей	Объем в академических часах
Лекционные занятия	20
Практические занятия	20
Консультации	6
Самостоятельная работа	488
Промежуточная аттестация	6
Практика	144
Всего	684

2.2. Содержание профессионального модуля

Междисциплинарные курсы и практики

Компонент	Трудоемкость, ак.ч.
Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	108
Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	108
Маркетинговые исследования	144
Организация рекламного бизнеса	72
Реклама в местах продаж	108
Учебная практика	144
Всего	684

Содержание междисциплинарных курсов и практик определено в их рабочих программах.

3. Условия реализации профессионального модуля

3.1. Материально-техническое обеспечение

Для реализации профессионального модуля требуется следующее материально-техническое обеспечение:

Кабинет «Социально-экономических дисциплин» (Учебная аудитория)

Оснащение:

Основное оборудование:

Посадочные места по количеству обучающихся (столы, стулья)

Автоматизированное рабочее место преподавателя (компьютер, стол и стул)

Сетевой фильтр

Демонстрационные стенды

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Экран

Проектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Кабинет «Маркетинговых исследований» (Учебная аудитория)

Оснащение:

Основное оборудование:

Рабочее место преподавателя (стол и стул)

Сетевой фильтр

Специализированное оборудование:

Компьютерные места для обучающихся (столы, стулья)

Компьютеры для обучающихся

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Компьютер преподавателя

Демонстрационный экран

Мультимедиапроектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Кабинет «Дизайн и макетирования рекламной продукции» (Учебная аудитория)

Оснащение:

Основное оборудование:

Рабочее место преподавателя (стол и стул)

Сетевой фильтр

Специализированное оборудование:

Компьютерные места для обучающихся (столы, стулья)

Компьютеры для обучающихся

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Компьютер преподавателя

Демонстрационный экран

Мультимедиапроектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Кабинет «Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний» (Учебная аудитория)

Оснащение:

Основное оборудование:

Посадочные места по количеству обучающихся (столы, стулья)

Рабочее место преподавателя (стол и стул)

Сетевой фильтр

Сетевой фильтр

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Компьютер преподавателя

Демонстрационный экран

Мультимедиапроектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Зал «Библиотека, читальный зал с выходом в интернет» (Помещение для организации самостоятельной работы)

Оснащение:

Основное оборудование:

Компьютерная техника с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации (компьютеры)

Посадочные места для обучающихся (столы, стулья)

Зал «Помещение для самостоятельной работы» (Помещение для организации самостоятельной работы)

Оснащение:

Основное оборудование:

Компьютерная техника с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации (компьютеры)

Посадочные места для обучающихся (столы, стулья)

Зал «Помещение для самостоятельной работы» (Помещение для организации самостоятельной работы)

Оснащение:

Основное оборудование:

Компьютерная техника с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации (компьютеры)

Посадочные места для обучающихся (столы, стулья)

3.2. Учебно-методическое обеспечение

Печатные издания в образовательном процессе не используются. Образовательная организация имеет электронную информационно-образовательную среду с предоставлением права одновременного доступа не менее 25 процентов обучающихся к цифровой (электронной) библиотеке.

Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в

настоящей рабочей программе и подлежит обновлению (при необходимости).

Литература для междисциплинарного курса «Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов»

Основная литература

1. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 308 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21580-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583616>
2. Основы маркетинга. Практический курс : учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 188 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17581-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/600417>

Дополнительная литература

1. Михалева, Е. П. Маркетинг : учебник для среднего профессионального образования / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 225 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21747-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582491>
2. Зерчанинова, Т. Е. Социология: методы прикладных исследований : учебник для среднего профессионального образования / Т. Е. Зерчанинова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 216 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17122-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585055>

Литература для междисциплинарного курса «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»

Основная литература

1. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 286 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21300-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569589>

2. Пашкус, Н. А. Маркетинг. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Пашкус, В. Ю. Пашкус, М. В. Пашкус. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 244 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21425-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590082>

Дополнительная литература

1. Синяева, И. М. Реклама, PR, имидж : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 263 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20256-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589915>
2. Собольников, В. В. Невербальные средства коммуникации : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Собольников. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 164 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18789-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589690>

Литература для междисциплинарного курса «Маркетинговые исследования»

Основная литература

1. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21929-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582443>
2. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 217 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19458-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562463>

Дополнительная литература

1. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 248 с. — (Профессиональное образование). —

ISBN 978-5-534-21656-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583696>

2. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09653-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/584912>

Литература для междисциплинарного курса «Организация рекламного бизнеса»

Основная 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, 2026. — 200 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20255-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589914>
2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583703>

Дополнительная литература

1. Морозов, С. Ю. Правовые основы обеспечения конкуренции, надлежащей рекламы и инвестиционного регулирования : учебник для среднего профессионального образования / С. Ю. Морозов, И. К. Кузьмина. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 56 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-22275-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/600995>
2. Синяева, И. М. Реклама, PR, имидж : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 263 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20256-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589915>

Литература для междисциплинарного курса «Реклама в местах продаж»

Основная литература

1. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебник для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587073>
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, 2026. — 418 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21621-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587419>

Дополнительная литература

1. Карашук, О. С. Торговое дело. Введение в профессию : учебник для среднего профессионального образования / О. С. Карашук. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 143 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15823-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589180>
2. Волков, А. М. Правовое обеспечение профессиональной деятельности в торговле : учебник для среднего профессионального образования / А. М. Волков, Е. А. Лютягина. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 278 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14240-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/588663>

Состав необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (программное обеспечение):

Программное обеспечение для работы с текстовыми файлами;
Программное обеспечение для работы с таблицами;
Программное обеспечение для работы с презентациями;
Веб-браузер.

Электронные информационные ресурсы (ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»):

- Состав современных профессиональных баз данных

Федеральная служба государственной статистики (<https://rosstat.gov.ru/>);
Открытые данные России (<https://data.gov.ru/>);

Статистический Отдел Организации Объединенных Наций (United Nations Statistics Division) (<http://data.un.org/>);

База данных ЮНЕСКО (<https://www.unesco.org/en/key-data>).

- Состав информационных справочных систем

Высшая аттестационная комиссия при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации (<https://vak.minobrnauki.gov.ru/main>);

Официальный интернет-портал правовой информации (Государственная система правовой информации) (<http://pravo.gov.ru/>);

Система обеспечения законодательной деятельности (<https://sozd.duma.gov.ru/>);

Собрание законодательства Российской Федерации (<https://www.szrf.ru/>);

Государственная автоматизированная система Российской Федерации «Правосудие» (ГАС «Правосудие») (<https://sudrf.ru/>);

Нормативные правовые акты в Российской Федерации. Министерство юстиции Российской Федерации (<http://pravo.minjust.ru/>).

- Иные информационные ресурсы - информационные ресурсы органов государственной власти

Президент России (<http://kremlin.ru/>);

Правительство России (<http://government.ru/>);

Министерство науки и высшего образования РФ (<https://www.minobrnauki.gov.ru/>);

Министерство просвещения РФ (<https://edu.gov.ru/>);

Министерство экономического развития Российской Федерации (<https://www.economy.gov.ru/>);

Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (<https://digital.gov.ru/>).

- Иные информационные ресурсы - периодические издания

ТАСС (<https://tass.ru/>);

РИА НОВОСТИ (<https://ria.ru/>);

Коммерсантъ (<https://www.kommersant.ru/>);

РТ (<https://rt.com/>).

- Информационные поисковые системы

Яндекс (<https://ya.ru/>);

MAIL.RU (<https://www.mail.ru/>).

3.3. Кадровые условия реализации рабочей программы

Реализация настоящей рабочей программы может быть обеспечена как педагогическими работниками образовательной организации, так и лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, в соответствии с требованиями установленными ФГОС.

Квалификация педагогических работников образовательной организации отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля

Освоение модуля сопровождается текущим контролем успеваемости и промежуточной аттестацией обучающихся при реализации междисциплинарных курсов и практик. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся проводятся с использованием оценочных материалов настоящей образовательной программы.

4.1. Текущий контроль успеваемости

Формы текущего контроля успеваемости и его периодичность при реализации междисциплинарных курсов и практик, входящих в структуру профессионального модуля «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта», избираются педагогическим работником на основе рабочих программ междисциплинарных курсов и практик, входящих в структуру указанного профессионального модуля.

Порядок проведения текущего контроля успеваемости по междисциплинарному курсу: текущий контроль успеваемости проводится непосредственно в процессе проведения учебного занятия или предполагает выполнение задания для текущего контроля в качестве самостоятельной работы обучающихся с последующей проверкой результатов выполнения задания педагогическим работником.

4.2. Промежуточная аттестация обучающихся

Формы и периодичность промежуточной аттестации обучающихся по компонентам профессионального модуля

Учебный год	Семестр	Междисциплинарный курс	Форма промежуточной аттестации
1	1	Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	Экзамен
1	1	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Экзамен
1	2	Маркетинговые исследования	Экзамен
1	2	Организация рекламного бизнеса	Зачет
1	2	Реклама в местах продаж	Зачет
1	2	Учебная практика	Диф. зачет

Порядок проведения промежуточной аттестации обучающихся по компонентам профессионального модуля: промежуточная аттестация обучающихся по компонентам профессионального модуля проводится по завершении учебного периода, в котором реализуется соответствующий компонент.

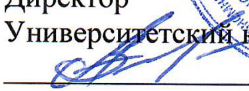
Форма промежуточная аттестация по модулю – экзамен. Оценка за экзамен по модулю выставляется как средняя арифметическая оценка за экзамены по междисциплинарным курсам, входящим в соответствующий модуль.



УНИВЕРСИТЕТСКИЙ
КОЛЛЕДЖ БРИКС

Автономная некоммерческая организация
профессиональная образовательная организация
«Университетский колледж БРИКС»



УТВЕРЖДАЮ
Директор
Университетский колледж БРИКС
 А.Ю. Замлелый

20.02.2025

Приказ № 20-02-25/1 от 20.02.2025

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

Программа подготовки специалистов среднего звена

Уровень образования:

Среднее профессиональное образование

Специальность:

42.02.01 Реклама

Направленность:

Реклама

Присваиваемая квалификация:

специалист по рекламе

Форма обучения: **заочная**

Уровень образования, необходимый для приема на обучение по образовательной программе: **среднее общее образование**

Срок получения среднего профессионального образования: **2 года 10 месяцев**

Москва, 2025

1. Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

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

Место профессионального модуля в структуре образовательной программы: профессиональный модуль включен в профессиональный цикл образовательной программы.

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен иметь:

Код компетенции	Знания	Умения	Опыт (навыки)
ПК 2.1	Знает этапы стратегического и тактического планирования кампаний. Знает структуру и компоненты стратегического и тактического планов. Знает методики стратегического планирования интернет-кампаний. Знает этапы стратегического планирования цифровых коммуникаций.	Умеет разрабатывать стратегический и тактический план рекламной кампании. Умеет разрабатывать стратегию и тактику рекламной кампании. Умеет разрабатывать медиаплан для интернет-продвижения. Умеет разрабатывать медиаплан для цифровой рекламной кампании.	Имеет навык формирования медиаплана в рамках тактического планирования. Имеет навык самостоятельного тактического и стратегического планирования кампаний. Имеет навык формирования комплексной стратегии интернет-маркетинга. Имеет навык бюджетирования цифровых рекламных кампаний.

ПК 2.2	Знает форматы и структуру документов для представления результатов планирования. Знает установленные форматы предъявления результатов планирования. Знает форматы представления стратегии интернет-маркетинга. Знает структуру и форматы представления стратегии цифровых коммуникаций.	Умеет оформлять результаты стратегического планирования в виде презентации. Умеет оформлять результаты планирования в виде презентаций и отчетов. Умеет оформлять медиаплан и бюджет интернет-кампании. Умеет визуализировать ключевые этапы и метрики коммуникационного плана.	Имеет навык публичной защиты и аргументации предложенного коммуникационного плана. Имеет навык защиты и аргументации результатов планирования перед заказчиком. Имеет навык презентации и защиты стратегии интернет-продвижения. Имеет навык подготовки презентаций по результатам планирования цифровых кампаний.
--------	---	---	--

2. Структура и содержание профессионального модуля

2.1. Структура профессионального модуля

Наименование составных частей	Объем в академических часах
Лекционные занятия	16
Практические занятия	16
Консультации	4
Самостоятельная работа	284
Промежуточная аттестация	4
Практика	144
Всего	468

2.2. Содержание профессионального модуля

Междисциплинарные курсы и практики

Компонент	Трудоемкость, ак.ч.
Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	36
Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	36
Технология интернет-маркетинга	72
Цифровые маркетинговые коммуникации	180
Производственная практика	144
Всего	468

Содержание междисциплинарных курсов и практик определено в их рабочих программах.

3. Условия реализации профессионального модуля

3.1. Материально-техническое обеспечение

Для реализации профессионального модуля требуется следующее материально-техническое обеспечение:

Актовый зал (Помещение для организации воспитательной работы)

Оснащение:

Основное оборудование:

Компьютерная техника с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации (компьютер)

Посадочные места (стулья и/или кресла)

Специализированное оборудование:

Трибуна

Микрофон

Звукоусиливающая аппаратура

Мультимедиапроектор

Демонстрационный экран

Кабинет «Маркетинговых исследований» (Учебная аудитория)

Оснащение:

Основное оборудование:

Рабочее место преподавателя (стол и стул)

Сетевой фильтр

Специализированное оборудование:

Компьютерные места для обучающихся (столы, стулья)

Компьютеры для обучающихся

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Компьютер преподавателя

Демонстрационный экран

Мультимедиапроектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Кабинет «Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний» (Учебная аудитория)

Оснащение:

Основное оборудование:

Посадочные места по количеству обучающихся (столы, стулья)

Рабочее место преподавателя (стол и стул)

Сетевой фильтр

Сетевой фильтр

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Компьютер преподавателя

Демонстрационный экран

Мультимедиапроектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Зал «Библиотека, читальный зал с выходом в интернет» (Помещение для организации самостоятельной работы)

Оснащение:

Основное оборудование:

Компьютерная техника с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации (компьютеры)

Посадочные места для обучающихся (столы, стулья)

Зал «Помещение для самостоятельной работы» (Помещение для организации самостоятельной работы)

Оснащение:

Основное оборудование:

Компьютерная техника с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации (компьютеры)

Посадочные места для обучающихся (столы, стулья)

Зал «Помещение для самостоятельной работы» (Помещение для организации самостоятельной работы)

Оснащение:

Основное оборудование:

Компьютерная техника с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации (компьютеры)

Посадочные места для обучающихся (столы, стулья)

3.2. Учебно-методическое обеспечение

Печатные издания в образовательном процессе не используются. Образовательная организация имеет электронную информационно-образовательную среду с предоставлением права одновременного доступа не менее 25 процентов обучающихся к цифровой (электронной) библиотеке.

Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в настоящей рабочей программе и подлежит обновлению (при необходимости).

Литература для междисциплинарного курса «Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»

Основная литература

1. Пашкус, Н. А. Маркетинг. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Пашкус, В. Ю. Пашкус, М. В. Пашкус. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 244 с. —

(Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21425-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590082>

2. Купцова, Е. В. Бизнес-планирование : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. В. Купцова ; под общей редакцией А. А. Степанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 435 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11053-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587563>

Дополнительная литература

1. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 263 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13311-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/588284>
2. Ковалева, А. В. Основы социальной рекламы : учебник для среднего профессионального образования / А. В. Ковалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 155 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13345-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/588013>

Литература для междисциплинарного курса «Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»

Основная литература

1. Михалева, Е. П. Маркетинг : учебник для среднего профессионального образования / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 225 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21747-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582491>
2. Фролов, Ю. В. Планирование и организация производства: стратегия и бизнес-процессы : учебное пособие для среднего профессионального образования / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 151 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20124-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590414>

Дополнительная литература

1. Лопарева, А. М. Бизнес-планирование : учебник для среднего профессионального образования / А. М. Лопарева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 272 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08704-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587467>
2. Душкина, М. Р. Связи с общественностью : учебник для среднего профессионального образования / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 255 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19025-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557157>

Литература для междисциплинарного курса «Технология интернет-маркетинга»

Основная литература

1. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589140>
2. Овсянников, А. А. Современный маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 500 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17731-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589455>

Дополнительная литература

1. Трофимов, В. В. Введение в цифровые технологии : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Трофимов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21754-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582240>
2. Цифровая экономика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / ответственный редактор М. Н. Конягина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 240 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21492-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590019>

Литература для междисциплинарного курса «Цифровые маркетинговые коммуникации»

Основная литература

1. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебник для среднего профессионального образования / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 68 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18732-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589668>
2. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / под редакцией А. Н. Лаврентьева. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 215 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16035-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587706>

Дополнительная литература

1. Сергеев, Е. Ю. Технология производства печатных и электронных средств информации : учебник для среднего профессионального образования / Е. Ю. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 221 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10856-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565167>
2. Цифровая экономика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / ответственный редактор М. Н. Конягина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 240 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21492-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590019>

Состав необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (программное обеспечение):

Программное обеспечение для работы с текстовыми файлами;
Программное обеспечение для работы с таблицами;
Программное обеспечение для работы с презентациями;
Веб-браузер.

Электронные информационные ресурсы (ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»):

- Состав современных профессиональных баз данных

Федеральная служба государственной статистики (<https://rosstat.gov.ru/>);

Открытые данные России (<https://data.gov.ru/>);

Статистический Отдел Организации Объединенных Наций (United Nations Statistics Division) (<http://data.un.org/>);

База данных ЮНЕСКО (<https://www.unesco.org/en/key-data>).

- Состав информационных справочных систем

Высшая аттестационная комиссия при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации (<https://vak.minobrnauki.gov.ru/main>);

Официальный интернет-портал правовой информации (Государственная система правовой информации) (<http://pravo.gov.ru/>);

Система обеспечения законодательной деятельности (<https://sozd.duma.gov.ru/>);

Собрание законодательства Российской Федерации (<https://www.szrf.ru/>);

Государственная автоматизированная система Российской Федерации «Правосудие» (ГАС «Правосудие») (<https://sudrf.ru/>);

Нормативные правовые акты в Российской Федерации. Министерство юстиции Российской Федерации (<http://pravo.minjust.ru/>).

- Иные информационные ресурсы - информационные ресурсы органов государственной власти

Президент России (<http://kremlin.ru/>);

Правительство России (<http://government.ru/>);

Министерство науки и высшего образования РФ (<https://www.minobrnauki.gov.ru/>);

Министерство просвещения РФ (<https://edu.gov.ru/>);

Министерство экономического развития Российской Федерации (<https://www.economy.gov.ru/>);

Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (<https://digital.gov.ru/>).

- Иные информационные ресурсы - периодические издания

ТАСС (<https://tass.ru/>);

РИА НОВОСТИ (<https://ria.ru/>);

Коммерсантъ (<https://www.kommersant.ru/>);

РТ (<https://rt.com/>).

- Информационные поисковые системы

Яндекс (<https://ya.ru/>);

MAIL.RU (<https://www.mail.ru/>).

3.3. Кадровые условия реализации рабочей программы

Реализация настоящей рабочей программы может быть обеспечена как педагогическими работниками образовательной организации, так и лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, в соответствии с требованиями установленными ФГОС.

Квалификация педагогических работников образовательной организации отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля

Освоение модуля сопровождается текущим контролем успеваемости и промежуточной аттестацией обучающихся при реализации междисциплинарных курсов и практик. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся проводятся с использованием оценочных материалов настоящей образовательной программы.

4.1. Текущий контроль успеваемости

Формы текущего контроля успеваемости и его периодичность при реализации междисциплинарных курсов и практик, входящих в структуру профессионального модуля «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий», избираются педагогическим работником на основе рабочих программ междисциплинарных курсов и практик, входящих в структуру указанного профессионального модуля.

Порядок проведения текущего контроля успеваемости по междисциплинарному курсу: текущий контроль успеваемости проводится непосредственно в процессе проведения учебного занятия или предполагает выполнение задания для текущего контроля в качестве самостоятельной работы обучающихся с последующей проверкой результатов выполнения задания педагогическим работником.

4.2. Промежуточная аттестация обучающихся

Формы и периодичность промежуточной аттестации обучающихся по компонентам профессионального модуля

Учебный год	Семестр	Междисциплинарный курс	Форма промежуточной аттестации
2	4	Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Экзамен
2	4	Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Зачет
2	4	Технология интернет-маркетинга	Зачет
2	3	Цифровые маркетинговые коммуникации	Экзамен
2	4	Производственная практика	Диф. зачет

Порядок проведения промежуточной аттестации обучающихся по компонентам профессионального модуля: промежуточная аттестация обучающихся по компонентам профессионального модуля проводится по завершении учебного периода, в котором реализуется соответствующий компонент.

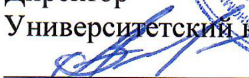
Форма промежуточная аттестация по модулю – экзамен. Оценка за экзамен по модулю выставляется как средняя арифметическая оценка за экзамены по междисциплинарным курсам, входящим в соответствующий модуль.



УНИВЕРСИТЕТСКИЙ
КОЛЛЕДЖ БРИКС

Автономная некоммерческая организация
профессиональная образовательная организация
«Университетский колледж БРИКС»



УТВЕРЖДАЮ
Директор
Университетский колледж БРИКС
 А.Ю. Замлелый

20.02.2025

Приказ № 20-02-25/1 от 20.02.2025

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

Программа подготовки специалистов среднего звена

Уровень образования:

Среднее профессиональное образование

Специальность:

42.02.01 Реклама

Направленность:

Реклама

Присваиваемая квалификация:

специалист по рекламе

Форма обучения: **заочная**

Уровень образования, необходимый для приема на обучение по образовательной программе: **среднее общее образование**

Срок получения среднего профессионального образования: **2 года 10 месяцев**

Москва, 2025

1. Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель профессионального модуля: освоение вида деятельности «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий».

Место профессионального модуля в структуре образовательной программы: профессиональный модуль включен в профессиональный цикл образовательной программы.

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен иметь:

Код компетенции	Знания	Умения	Опыт (навыки)
ПК 3.1	Знает ключевые элементы стратегии продвижения бренда в сети Интернет. Знает каналы и инструменты для разработки стратегии продвижения бренда.	Умеет анализировать исходные данные для разработки стратегии продвижения. Умеет определять цели и подбирать инструменты для интернет-стратегии бренда.	Имеет навык формирования комплексной стратегии продвижения бренда в сети Интернет. Имеет навык построения многоканальной стратегии онлайн-продвижения торговой марки.
ПК 3.2	Знает виды и инструменты рекламных кампаний в сети Интернет. Знает основы медиапланирования для интернет-рекламы.	Умеет планировать бюджет и медиапоказатели рекламной кампании. Умеет формулировать стратегию интернет-кампании.	Имеет навык настройки и запуска рекламных кампаний в сети Интернет. Имеет навык бюджетирования комплексных интернет-кампаний.
ПК 3.3	Знает ключевые инструменты интернет-маркетинга. Знает принципы работы инструментов SEO, PPC и SMM для продвижения бренда.	Умеет настраивать и запускать рекламные кампании. Умеет настраивать рекламные кампании бренда в SMM и поисковых системах.	Имеет навык оптимизации кампаний на основе аналитики. Имеет навык запуска и базовой оптимизации рекламных кампаний бренда.

2. Структура и содержание профессионального модуля

2.1. Структура профессионального модуля

Наименование составных частей	Объем в академических часах
Лекционные занятия	12
Практические занятия	12

Курсовые работы	4
Консультации	4
Самостоятельная работа	324
Промежуточная аттестация	4
Практика	72
Всего	432

2.2. Содержание профессионального модуля

Междисциплинарные курсы и практики

Компонент	Трудоемкость, ак.ч.
Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	72
Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	144
Основы брендинга	144
Производственная практика	72
Всего	432

Содержание междисциплинарных курсов и практик определено в их рабочих программах.

3. Условия реализации профессионального модуля

3.1. Материально-техническое обеспечение

Для реализации профессионального модуля требуется следующее материально-техническое обеспечение:

Кабинет «Брендинга и бренд менеджмента» (Учебная аудитория)

Оснащение:

Основное оборудование:

Рабочее место преподавателя (стол и стул)

Сетевой фильтр

Специализированное оборудование:

Компьютерные места для обучающихся (столы, стулья)

Компьютеры для обучающихся

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Компьютер преподавателя

Демонстрационный экран

Мультимедиапроектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Лаборатория «Цифровых коммуникационных технологий» (Лаборатория)

Оснащение:

Основное оборудование:

Рабочее место преподавателя (стол и стул)

Сетевой фильтр

Специализированное оборудование:

Компьютерные места для обучающихся (столы, стулья)

Компьютеры для обучающихся

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Компьютер преподавателя

Демонстрационный экран

Мультимедиапроектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Зал «Библиотека, читальный зал с выходом в интернет» (Помещение для организации самостоятельной работы)

Оснащение:

Основное оборудование:

Компьютерная техника с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации (компьютеры)

Посадочные места для обучающихся (столы, стулья)

Зал «Помещение для самостоятельной работы» (Помещение для организации самостоятельной работы)

Оснащение:

Основное оборудование:

Компьютерная техника с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации (компьютеры)

Посадочные места для обучающихся (столы, стулья)

Зал «Помещение для самостоятельной работы» (Помещение для организации самостоятельной работы)

Оснащение:

Основное оборудование:

Компьютерная техника с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации (компьютеры)

Посадочные места для обучающихся (столы, стулья)

3.2. Учебно-методическое обеспечение

Печатные издания в образовательном процессе не используются. Образовательная организация имеет электронную информационно-образовательную среду с предоставлением права одновременного доступа не менее 25 процентов обучающихся к цифровой (электронной) библиотеке.

Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в

настоящей рабочей программе и подлежит обновлению (при необходимости).

Литература для междисциплинарного курса «Стратегии продвижения бренда в сети Интернет»

Основная литература

1. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 579 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17868-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586776>
2. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для среднего профессионального образования / Т. В. Литвина. — 3-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 182 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20186-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589901>

Дополнительная литература

1. Виноградова, С. М. Психология рекламы и массовой коммуникации : учебник для среднего профессионального образования / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 428 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19705-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590379>
2. Горелов, Н. А. Цифровая экономика. Цифровая трансформация общества : учебник для среднего профессионального образования / Н. А. Горелов, О. Н. Кораблева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 328 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20736-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589977>

Литература для междисциплинарного курса «Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях»

Основная литература

1. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 335 с. — (Профессиональное образование).

- образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589140>
2. Трищенко, Д. А. Копирайтинг : учебник для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 124 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18702-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589656>

Дополнительная литература

1. Карпова, С. В. Основы брендинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 231 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21784-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582067>
2. Болотова, А. К. Социальные коммуникации. Психология общения : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 272 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09111-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/584581>

Литература для междисциплинарного курса «Основы брендинга»

Основная литература

1. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 384 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21085-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/588287>
2. Щербак, Н. В. Авторское право : учебник для среднего профессионального образования / Н. В. Щербак. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 199 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18231-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590292>

Дополнительная литература

1. Лифиц, И. М. Товарный менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А.

Николаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 313 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21945-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590669>

2. Зельдович, Б. З. Менеджмент в медиаиндустрии : учебник для среднего профессионального образования / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 293 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12565-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587688>

Состав необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (программное обеспечение):

Программное обеспечение для работы с текстовыми файлами;
Программное обеспечение для работы с таблицами;
Программное обеспечение для работы с презентациями;
Веб-браузер.

Электронные информационные ресурсы (ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»):

- Состав современных профессиональных баз данных

Федеральная служба государственной статистики (<https://rosstat.gov.ru/>);
Открытые данные России (<https://data.gov.ru/>);
Статистический Отдел Организации Объединенных Наций (United Nations Statistics Division) (<http://data.un.org/>);
База данных ЮНЕСКО (<https://www.unesco.org/en/key-data>).

- Состав информационных справочных систем

Высшая аттестационная комиссия при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации (<https://vak.minobrnauki.gov.ru/main/>);
Официальный интернет-портал правовой информации (Государственная система правовой информации) (<http://pravo.gov.ru/>);
Система обеспечения законодательной деятельности (<https://sozd.duma.gov.ru/>);
Собрание законодательства Российской Федерации (<https://www.szrf.ru/>);
Государственная автоматизированная система Российской Федерации «Правосудие» (ГАС «Правосудие») (<https://sudrf.ru/>);
Нормативные правовые акты в Российской Федерации. Министерство юстиции Российской Федерации (<http://pravo.minjust.ru/>).

- Иные информационные ресурсы - информационные ресурсы органов государственной власти

Президент России (<http://kremlin.ru/>);
Правительство России (<http://government.ru/>);
Министерство науки и высшего образования РФ (<https://www.minobrnauki.gov.ru/>);
Министерство просвещения РФ (<https://edu.gov.ru/>);

Министерство экономического развития Российской Федерации (<https://www.economy.gov.ru/>);

Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (<https://digital.gov.ru/>).

- Иные информационные ресурсы - периодические издания

ТАСС (<https://tass.ru/>);

РИА НОВОСТИ (<https://ria.ru/>);

Коммерсантъ (<https://www.kommersant.ru/>);

RT (<https://rt.com/>).

- Информационные поисковые системы

Яндекс (<https://ya.ru/>);

MAIL.RU (<https://www.mail.ru/>).

3.3. Кадровые условия реализации рабочей программы

Реализация настоящей рабочей программы может быть обеспечена как педагогическими работниками образовательной организации, так и лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, в соответствии с требованиями установленными ФГОС.

Квалификация педагогических работников образовательной организации отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля

Освоение модуля сопровождается текущим контролем успеваемости и промежуточной аттестацией обучающихся при реализации междисциплинарных курсов и практик. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся проводятся с использованием оценочных материалов настоящей образовательной программы.

4.1. Текущий контроль успеваемости

Формы текущего контроля успеваемости и его периодичность при реализации междисциплинарных курсов и практик, входящих в структуру профессионального модуля «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий», избираются педагогическим работником на основе рабочих программ междисциплинарных курсов и практик, входящих в структуру указанного профессионального модуля.

Порядок проведения текущего контроля успеваемости по междисциплинарному курсу: текущий контроль успеваемости проводится непосредственно в процессе проведения учебного занятия или предполагает выполнение задания для текущего контроля в качестве самостоятельной работы обучающихся с последующей проверкой результатов выполнения задания педагогическим работником.

4.2. Промежуточная аттестация обучающихся

Формы и периодичность промежуточной аттестации обучающихся по компонентам профессионального модуля

Учебный год	Семестр	Междисциплинарный курс	Форма промежуточной аттестации
2	3	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	Зачет
2	3	Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	Экзамен
2	3	Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	Курсовая работа
3	5	Основы брендинга	Экзамен
3	6	Производственная практика	Диф. зачет

Порядок проведения промежуточной аттестации обучающихся по компонентам профессионального модуля: промежуточная аттестация обучающихся по компонентам профессионального модуля проводится по завершении учебного периода, в котором реализуется соответствующий компонент.

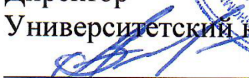
Форма промежуточная аттестация по модулю – экзамен. Оценка за экзамен по модулю выставляется как средняя арифметическая оценка за экзамены по междисциплинарным курсам, входящим в соответствующий модуль.



УНИВЕРСИТЕТСКИЙ
КОЛЛЕДЖ БРИКС

Автономная некоммерческая организация
профессиональная образовательная организация
«Университетский колледж БРИКС»



УТВЕРЖДАЮ
Директор
Университетский колледж БРИКС
 А.Ю. Замлелый

20.02.2025

Приказ № 20-02-25/1 от 20.02.2025

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

Программа подготовки специалистов среднего звена

Уровень образования:

Среднее профессиональное образование

Специальность:

42.02.01 Реклама

Направленность:

Реклама

Присваиваемая квалификация:

специалист по рекламе

Форма обучения: **заочная**

Уровень образования, необходимый для приема на обучение по образовательной программе: **среднее общее образование**

Срок получения среднего профессионального образования: **2 года 10 месяцев**

Москва, 2025

1. Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

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

Место профессионального модуля в структуре образовательной программы: профессиональный модуль включен в профессиональный цикл образовательной программы.

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен иметь:

Код компетенции	Знания	Умения	Опыт (навыки)
ПК 4.1	Знает методы разработки креативных концепций для стратегии кампании. Знает основы разработки креативных рекламных решений.	Умеет генерировать творческие решения для реализации креативной стратегии. Умеет генерировать креативные идеи для рекламного контента.	Имеет навык формулирования «большой идеи» рекламной кампании. Имеет навык создания креативного брифа для разработки рекламного контента.
ПК 4.2	Знает специфику творческих решений для различных каналов коммуникации. Знает методы разработки творческих рекламных решений.	Умеет адаптировать творческое решение под форматы тактических носителей. Умеет генерировать творческие идеи для тактических рекламных решений.	Имеет навык разработки креативных материалов для тактических задач. Имеет навык разработки креативного брифа и рекламных концепций.
ПК 4.3	Знает каналы и инструменты для размещения рекламного контента в сети Интернет. Знает площадки и средства дистрибуции рекламных материалов в цифровой среде.	Умеет разрабатывать рекламный контент для разных интернет-площадок. Умеет разрабатывать рекламный контент для продвижения в сети Интернет.	Имеет навык работы с рекламными кабинетами для размещения контента. Имеет навык настройки и запуска рекламных кампаний в сети Интернет.

2. Структура и содержание профессионального модуля

2.1. Структура профессионального модуля

Наименование составных частей	Объем в академических часах
Лекционные занятия	12

Практические занятия	12
Консультации	4
Самостоятельная работа	256
Промежуточная аттестация	4
Практика	72
Всего	360

2.2. Содержание профессионального модуля

Междисциплинарные курсы и практики

Компонент	Трудоемкость, ак.ч.
Разработка творческих рекламных решений	36
Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	72
Маркетинг в рекламе	180
Производственная практика	72
Всего	360

Содержание междисциплинарных курсов и практик определено в их рабочих программах.

3. Условия реализации профессионального модуля

3.1. Материально-техническое обеспечение

Для реализации профессионального модуля требуется следующее материально-техническое обеспечение:

Лаборатория «Компьютерной графики» (Лаборатория)

Оснащение:

Основное оборудование:

Рабочее место преподавателя (стол и стул)

Сетевой фильтр

Специализированное оборудование:

Компьютерные места для обучающихся (столы, стулья)

Компьютеры для обучающихся

Графические планшеты

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Компьютер преподавателя

Демонстрационный экран

Мультимедиапроектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Кабинет «Маркетинговых исследований» (Учебная аудитория)

Оснащение:

Основное оборудование:

Рабочее место преподавателя (стол и стул)

Сетевой фильтр

Специализированное оборудование:

Компьютерные места для обучающихся (столы, стулья)

Компьютеры для обучающихся

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Компьютер преподавателя

Демонстрационный экран

Мультимедиапроектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Кабинет «Дизайн и макетирования рекламной продукции» (Учебная аудитория)

Оснащение:

Основное оборудование:

Рабочее место преподавателя (стол и стул)

Сетевой фильтр

Специализированное оборудование:

Компьютерные места для обучающихся (столы, стулья)

Компьютеры для обучающихся

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Компьютер преподавателя

Демонстрационный экран

Мультимедиапроектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Лаборатория «Видеостудия» (Лаборатория)

Оснащение:

Основное оборудование:

Рабочее место преподавателя (стол и стул)

Сетевой фильтр

Специализированное оборудование:

Компьютерные места для обучающихся (столы, стулья)

Компьютеры для обучающихся

Фотокамера (с возможностью видеосъемки)

Световое оборудование

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Компьютер преподавателя

Демонстрационный экран

Мультимедиапроектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Лаборатория «Фотостудия» (Лаборатория)

Оснащение:

Основное оборудование:

Рабочее место преподавателя (стол и стул)

Сетевой фильтр

Специализированное оборудование:

Компьютерные места для обучающихся (столы, стулья)

Компьютеры для обучающихся

Фотокамера (с возможностью видеосъемки)

Световое оборудование

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Компьютер преподавателя

Демонстрационный экран

Мультимедиапроектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Зал «Библиотека, читальный зал с выходом в интернет» (Помещение для организации самостоятельной работы)

Оснащение:

Основное оборудование:

Компьютерная техника с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации (компьютеры)

Посадочные места для обучающихся (столы, стулья)

Зал «Помещение для самостоятельной работы» (Помещение для организации самостоятельной работы)

Оснащение:

Основное оборудование:

Компьютерная техника с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации (компьютеры)

Посадочные места для обучающихся (столы, стулья)

Мастерская «Видеоконтент» (Мастерская)

Оснащение:

Основное оборудование:

Рабочее место преподавателя (стол и стул)

Сетевой фильтр

Специализированное оборудование:

Компьютерные места для обучающихся (столы, стулья)

Компьютеры для обучающихся

Фотокамера (с возможностью видеосъемки)

Световое оборудование

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Компьютер преподавателя

Демонстрационный экран

Мультимедиапроектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Мастерская «Фотография» (Мастерская)

Оснащение:

Основное оборудование:

Рабочее место преподавателя (стол и стул)

Сетевой фильтр

Специализированное оборудование:

Компьютерные места для обучающихся (столы, стулья)

Компьютеры для обучающихся

Фотокамера (с возможностью видеосъемки)

Световое оборудование

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Компьютер преподавателя

Демонстрационный экран

Мультимедиапроектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Зал «Помещение для самостоятельной работы» (Помещение для организации самостоятельной работы)

Оснащение:

Основное оборудование:

Компьютерная техника с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации (компьютеры)

Посадочные места для обучающихся (столы, стулья)

3.2. Учебно-методическое обеспечение

Печатные издания в образовательном процессе не используются. Образовательная организация имеет электронную информационно-образовательную среду с предоставлением права одновременного доступа не менее 25 процентов обучающихся к цифровой (электронной) библиотеке.

Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в настоящей рабочей программе и подлежит обновлению (при необходимости).

Литература для междисциплинарного курса «Разработка творческих рекламных решений»

Основная литература

1. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебник для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18737-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL:

<https://urait.ru/bcode/589669>

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, 2026. — 418 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21621-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587419>

Дополнительная литература

1. Голубков, Е. П. Разработка и принятие управленческих решений : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. П. Голубков. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 403 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17971-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/599041>
2. Филинов-Чернышев, Н. Б. Разработка и принятие управленческих решений : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. Б. Филинов-Чернышев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 264 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17954-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589493>

Литература для междисциплинарного курса «Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки»

Основная литература

1. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587705>
2. Колышкина, Т. Б. Рекламный текст : учебник для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 299 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18733-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557119>

Дополнительная литература

1. Алексеев, А. Г. Дизайн-проектирование : учебник для среднего профессионального образования / А. Г. Алексеев. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 90 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11134-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566071>
2. Шокорова, Л. В. Дизайн-проектирование: стилизация : учебник для среднего профессионального образования / Л. В. Шокорова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 110 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10584-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590596>

Литература для междисциплинарного курса «Маркетинг в рекламе»

Основная литература

1. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 142 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21462-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587322>
2. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 386 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16504-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586638>

Дополнительная литература

1. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 487 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16790-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566952>
2. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 422 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19915-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/584953>

Состав необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (программное обеспечение):

Программное обеспечение для работы с текстовыми файлами;
Программное обеспечение для работы с таблицами;
Программное обеспечение для работы с презентациями;
Веб-браузер;
Программное обеспечение для работы с изображениями;
Программное обеспечение для работы с видео.

Электронные информационные ресурсы (ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»):

- Состав современных профессиональных баз данных

Федеральная служба государственной статистики (<https://rosstat.gov.ru/>);
Открытые данные России (<https://data.gov.ru/>);
Статистический Отдел Организации Объединенных Наций (United Nations Statistics Division) (<http://data.un.org/>);
База данных ЮНЕСКО (<https://www.unesco.org/en/key-data>).

- Состав информационных справочных систем

Высшая аттестационная комиссия при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации (<https://vak.minobrnauki.gov.ru/main>);
Официальный интернет-портал правовой информации (Государственная система правовой информации) (<http://pravo.gov.ru/>);
Система обеспечения законодательной деятельности (<https://sozd.duma.gov.ru/>);
Собрание законодательства Российской Федерации (<https://www.szrf.ru/>);
Государственная автоматизированная система Российской Федерации «Правосудие» (ГАС «Правосудие») (<https://sudrf.ru/>);
Нормативные правовые акты в Российской Федерации. Министерство юстиции Российской Федерации (<http://pravo.minjust.ru/>).

- Иные информационные ресурсы - информационные ресурсы органов государственной власти

Президент России (<http://kremlin.ru/>);
Правительство России (<http://government.ru/>);
Министерство науки и высшего образования РФ (<https://www.minobrnauki.gov.ru/>);
Министерство просвещения РФ (<https://edu.gov.ru/>);
Министерство экономического развития Российской Федерации (<https://www.economy.gov.ru/>);
Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (<https://digital.gov.ru/>).

- Иные информационные ресурсы - периодические издания

ТАСС (<https://tass.ru/>);
РИА НОВОСТИ (<https://ria.ru/>);
Коммерсантъ (<https://www.kommersant.ru/>);
РТ (<https://rt.com/>).

- Информационные поисковые системы

Яндекс (<https://ya.ru/>);

MAIL.RU (<https://www.mail.ru/>).

3.3. Кадровые условия реализации рабочей программы

Реализация настоящей рабочей программы может быть обеспечена как педагогическими работниками образовательной организации, так и лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, в соответствии с требованиями установленными ФГОС.

Квалификация педагогических работников образовательной организации отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля

Освоение модуля сопровождается текущим контролем успеваемости и промежуточной аттестацией обучающихся при реализации междисциплинарных курсов и практик. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся проводятся с использованием оценочных материалов настоящей образовательной программы.

4.1. Текущий контроль успеваемости

Формы текущего контроля успеваемости и его периодичность при реализации междисциплинарных курсов и практик, входящих в структуру профессионального модуля «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях», избираются педагогическим работником на основе рабочих программ междисциплинарных курсов и практик, входящих в структуру указанного профессионального модуля.

Порядок проведения текущего контроля успеваемости по междисциплинарному курсу: текущий контроль успеваемости проводится непосредственно в процессе проведения учебного занятия или предполагает выполнение задания для текущего контроля в качестве самостоятельной работы обучающихся с последующей проверкой результатов выполнения задания педагогическим работником.

4.2. Промежуточная аттестация обучающихся

Формы и периодичность промежуточной аттестации обучающихся по компонентам профессионального модуля

Учебный год	Семестр	Междисциплинарный курс	Форма промежуточной аттестации
3	6	Разработка творческих рекламных решений	Зачет
3	6	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	Экзамен
3	5	Маркетинг в рекламе	Экзамен
3	6	Производственная практика	Диф. зачет

Порядок проведения промежуточной аттестации обучающихся по компонентам профессионального модуля: промежуточная аттестация обучающихся по компонентам профессионального модуля проводится по завершении учебного периода, в котором реализуется соответствующий компонент.

Форма промежуточная аттестация по модулю – экзамен. Оценка за экзамен по модулю выставляется как средняя арифметическая оценка за экзамены по междисциплинарным курсам, входящим в соответствующий модуль.