

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
**«САНКТ- ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»**

**КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИИ, МОДЕЛИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ**

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор,  
проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа профессионального модуля

**ПМ.01**

**Проведение исследований для создания и реализации  
рекламного продукта**

|                                                  |                                                                                                |
|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Учебный план:                                    | №25-02-1-5                                                                                     |
| Код, наименование специальности, направленность: | 42.02.01 Реклама, Планирование рекламных кампаний и продвижение средствами цифровых технологий |
| Квалификация выпускника:                         | Специалист по рекламе                                                                          |
| Уровень образования:                             | Среднее профессиональное образование                                                           |
| Форма обучения:                                  | очная                                                                                          |

### План учебного процесса

| Наименование части профессионального модуля                    | Форма контроля  | академических часов |                     |               |                      |              |                         |                        |                          | Семестр |
|----------------------------------------------------------------|-----------------|---------------------|---------------------|---------------|----------------------|--------------|-------------------------|------------------------|--------------------------|---------|
|                                                                |                 | Трудоемкость модуля | Аудиторной нагрузки | Лекции, уроки | Практические занятия | Консультации | Курсовое проектирование | Самостоятельная работа | Промежуточная аттестация |         |
| МДК.01.01 Структура рекламного агентства                       | Контр. работа   | 76                  | 68                  | 32            | 32                   | 4            |                         | 8                      |                          | 3-4     |
| МДК.01.02 Маркетинговые исследования в рекламной деятельности  | Контр. работа   | 70                  | 66                  | 32            | 32                   | 2            |                         | 4                      |                          | 3-4     |
| УП.01.01 Учебная практика, Коммуникация с заказчиком           | Зачет с оценкой | 72                  |                     |               |                      |              |                         | 72                     |                          | 3       |
| ПП.01.01 Производственная практика, Маркетинговые исследования | Зачет с оценкой | 72                  |                     |               |                      |              |                         | 72                     |                          | 4       |
| ПМ.01. ЭК Экзамен по модулю                                    | Экзамен         | 6                   |                     |               |                      |              |                         |                        | 6                        | 4       |
| Итого                                                          |                 | 296                 | 134                 | 64            | 64                   | 6            |                         | 156                    | 6                        |         |

**Санкт-Петербург  
2025**

Рабочая программа профессионального модуля составлена в соответствии  
с федеральным государственным образовательным стандартом среднего  
профессионального образования по специальности  
**42.02.01 Реклама**, утверждённым приказом  
Минпросвещения России от **21.07.2023 N 552**

Составитель(и): Коняева А.С.  
(Ф.И.О.)

Председатель  
цикловой комиссии: \_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

### СОГЛАСОВАНИЕ:

Директор колледжа: Леонов С.А.  
(Ф.И.О.)

Методический отдел: Ястребова С.А.  
(Ф.И.О. сотрудника отдела)

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

### 1.1 Место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы

Профессиональный модуль (ПМ) является частью профессионального модуля основной образовательной программы (ОП).

### 1.2. Цель и планируемые результаты освоения

В результате изучения ПМ обучающийся должен освоить основной вид (вид) деятельности (ВД) и соответствующие ему общие (ОК) и профессиональные компетенции (ПК).

#### 1.2.1 Перечень компетенций

| Код компетенций                                                                 | Наименование компетенций                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОК 03                                                                           | Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях |
| <b>ВД Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта</b> |                                                                                                                                                                                                                                     |
| ПК 1.1.                                                                         | Определять целевую аудиторию и целевые группы                                                                                                                                                                                       |
| ПК 1.2.                                                                         | Проводить анализ объема рынка                                                                                                                                                                                                       |
| ПК 1.3.                                                                         | Проводить анализ конкурентов                                                                                                                                                                                                        |
| ПК 1.4.                                                                         | Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий                                                                                                                      |

#### 1.2.2. Результаты обучения

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Уметь | <ul style="list-style-type: none"><li>- реализовывать медиапланирование и BTL-коммуникации;</li><li>- эффективно применять аудиовизуальную, наружную, цифровую и онлайн-рекламу; исследовать рынок и разрабатывать стратегии для реализации рекламного продукта;</li><li>- производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;</li><li>- использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований;</li><li>- определять структуру и показатели анализа рынка; правила расчета объема, потенциала, темпа и роста рынка; разрабатывать анкеты для проведения количественных и качественных исследований, используя проекционные методики, метод фокус группы;</li><li>- составлять план проведения исследования рынка и реализации рекламного продукта; проводить анализ рынка; выявлять тенденции рынка;</li><li>- позиционировать товары, услуги и поиск инсайта конкурентов;</li><li>- определять основное обещание бренда/рекламодателя конечному потребителю для сравнительного анализа с конкурентами; составлять карту конкуренции;</li><li>- ставить цели для проведения исследования рекламного рынка; определять задачи для понимания аудитории</li></ul> |
| Знать | <ul style="list-style-type: none"><li>- типы, функции, структуру и внутреннюю организацию рекламных агентств;</li><li>- структуру внутренней и внешней среды организации и ее роль при реализации рекламного продукта;</li><li>- требования к личностным и профессиональным качествам рекламного агента;</li><li>- виды рекламных средств;</li><li>- способы исследования портрета потребителя; плюсы и минусы рекламных носителей; возможности цифровой и мультимедийной рекламы;</li><li>- классификацию, процесс и виды маркетинговых исследований при проведении анализа рынка;</li><li>- методы и способы проведения анализа и уточнения бизнес-стратегии для проведения анализа конкурентов;</li><li>- участников рекламной деятельности;</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- функции рынка рекламы; организацию рекламной деятельности рекламодателем;</li> <li>- структуру рекламного агентства; основные виды и классификацию рекламных и коммуникационных кампаний и их задачи</li> </ul>                                                                                                                                                                                |
| Иметь практический опыт | <ul style="list-style-type: none"> <li>- планирования исследований для определения целевых групп рекламной кампании;</li> <li>- проведения анализа конкурентов и определения рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий при реализации рекламного продукта;</li> <li>- проведения исследовательского анализа конкурентного поведения;</li> <li>- разработки целей и задач для реализации рекламного продукта</li> </ul> |

## 2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ

| Наименование тем МДК и практик                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся | Объем в часах |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 2                                                                                                             | 3             |
| <b>МДК.01.01 Структура рекламного агентства</b>                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                               | <b>76</b>     |
| <b>Раздел 1. Рекламное агентство</b>                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                               |               |
| <b>Тема № 1.1. Введение</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>Содержание</b>                                                                                             | <b>8</b>      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Рынок рекламы. Участники рекламной деятельности (РД). Функции рынка рекламы                                   | 2             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Типы рекламодателя. Организация рекламной деятельности рекламодателем. Структура рекламодателя                | 2             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>В том числе практических занятий</b>                                                                       | <b>4</b>      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Практическое занятие № 1. Основные участники рекламной деятельности                                           | 2             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Практическое занятие № 2. Подготовка докладов на заданные темы                                                | 2             |
| <b>Тема № 1.2. Рекламное агентство как основное звено рынка рекламы</b>                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Содержание</b>                                                                                             | <b>18</b>     |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Рекламное агентство. Типы и функции рекламных агентств. Внутренняя организация рекламного агентства           | 2             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Структура рекламного агентства. Отдел по работе с клиентами                                                   | 2             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Отдел по работе со СМИ                                                                                        | 2             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Креативная группа. Арт-директор                                                                               | 2             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Взаимоотношения с клиентами. Требования к личностным и профессиональным качествам рекламного агента           | 2             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>В том числе практических занятий</b>                                                                       | <b>8</b>      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Практическое занятие № 3. Медиапланирование                                                                   | 2             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Практическое занятие № 4. BTL-коммуникации                                                                    | 2             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Практическое занятие № 5. Структурная типографика. Шрифтовой постер                                           | 2             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Практическое занятие № 6. Аудиовизуальная реклама                                                             | 2             |
| <b>Текущий контроль: устный опрос</b>                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                               |               |
| <b>Самостоятельная работа</b> - работа с конспектами и со специальной литературой по рекламному агентству (по параграфам и главам, указанным преподавателем). Использование Интернета для подготовки докладов на заданную тем. Оформление практической работы. Подготовка к текущему и промежуточному контролю |                                                                                                               | <b>6</b>      |
| <b>Консультации</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                               | <b>2</b>      |
| <b>Промежуточная аттестация по МДК – контрольная работа</b>                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                               | <b>2</b>      |
| <b>Всего за семестр:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                               | <b>36</b>     |
| <b>Тема № 1.3. Виды рекламы</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>Содержание</b>                                                                                             | <b>14</b>     |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Газеты и журналы. Радиореклама. Кино и телевидение. Рекламный ролик. Анимация. Плюсы и минусы носителей       | 2             |

|                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                    |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | Наружная реклама. Плакаты. Цифровые и интерактивные баннеры. Реклама в транспорте. Партизанская реклама и эмбиент-медиа. Тактика партизанского маркетинга. Плюсы и минусы носителя | 2         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | Цифровая и онлайн-реклама. Возможности мультимедийной рекламы. Вирусные кампании. Прямая рассылка. Плюсы и минусы носителя                                                         | 2         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>В том числе практических занятий</b>                                                                                                                                            | <b>8</b>  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 7. Виды рекламных средств                                                                                                                                   | 4         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 8. Реклама на месте продаж                                                                                                                                  | 4         |
| <b>Тема № 1.4. Планирование рекламной кампании и стратегия</b>                                                                                                                                                                                                          | <b>Содержание</b>                                                                                                                                                                  | <b>20</b> |
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | Планирование рекламной кампании. Клиентский бриф. Исследование рынка. Интересные факты                                                                                             | 2         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | Разработка рекламной стратегии. Исследование и понимание аудитории. Портрет потребителя                                                                                            | 2         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | Рекламная стратегия. Креативный бриф                                                                                                                                               | 2         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | Начало креативного процесса. Генерация идей. Визуальные концепции. Типографика                                                                                                     | 2         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | Креативный процесс. Тестирование идей                                                                                                                                              | 2         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | Презентация клиенту рекламной стратегии                                                                                                                                            | 2         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>В том числе практических занятий</b>                                                                                                                                            | <b>8</b>  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 9. Создание клиентского брифа                                                                                                                               | 4         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 10. Генерирование идей. Мозговой штурм                                                                                                                      | 4         |
| <b>Текущий контроль: устный опрос</b>                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                    |           |
| <b>Самостоятельная работа</b> - работа с конспектами и со специальной литературой по рекламному агентству. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций, разработанных преподавателем. Подготовка к текущему и промежуточному контролю |                                                                                                                                                                                    | <b>2</b>  |
| <b>Консультации</b>                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                    | <b>2</b>  |
| <b>Промежуточная аттестация по МДК – контрольная работа</b>                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                    | <b>2</b>  |
| <b>Всего за семестр:</b>                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                    | <b>40</b> |
| <b>МДК.01.02 Маркетинговые исследования в рекламной деятельности</b>                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                    | <b>70</b> |
| <b>Раздел 2. Маркетинговые исследования в рекламе</b>                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                    |           |
| <b>Тема № 2.1. Основные понятия маркетинговых исследований</b>                                                                                                                                                                                                          | <b>Содержание</b>                                                                                                                                                                  | <b>8</b>  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | Понятие маркетинговых исследований. Классификация маркетинговых исследований                                                                                                       | 2         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | Процесс маркетингового исследования                                                                                                                                                | 2         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>В том числе практических занятий</b>                                                                                                                                            | <b>4</b>  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 1. Принятие маркетинговых решений по фирме                                                                                                                  | 2         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 2. Разработка плана маркетингового исследования                                                                                                             | 2         |
| <b>Тема № 2.2. Маркетинговые исследования в системе информационного обеспечения рекламной деятельности</b>                                                                                                                                                              | <b>Содержание</b>                                                                                                                                                                  | <b>10</b> |
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | Понятие и виды маркетинговой информации                                                                                                                                            | 2         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | Организация маркетинговых исследований на предприятии                                                                                                                              | 4         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>В том числе практических занятий</b>                                                                                                                                            | <b>4</b>  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 3. Сбор вторичной информации в интернете                                                                                                                    | 2         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 4. Взаимодействие с заказчиком. Организация проведения маркетингового исследования                                                                          | 2         |
| <b>Тема № 2.3. Качественные методы сбора маркетинговой информации</b>                                                                                                                                                                                                   | <b>Содержание</b>                                                                                                                                                                  | <b>8</b>  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | Глубинное интервью. Проекционные методики. Метод фокус группы. Процесс разработки анкеты                                                                                           | 4         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>В том числе практических занятий</b>                                                                                                                                            | <b>4</b>  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 5. Технология проведения глубинного интервью                                                                                                                | 2         |

|                                                                                                                                                 |                                                                             |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-----|
|                                                                                                                                                 | Практическое занятие № 6. Разработка анкеты для стандартизированного опроса | 2   |
| <b>Текущий контроль:</b> экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы                                                          |                                                                             |     |
| <b>Самостоятельная работа</b> - оценка медиаканалов, подготовка к текущему и промежуточному контролю                                            |                                                                             | 2   |
| <b>Промежуточная аттестация по МДК – контрольная работа</b>                                                                                     |                                                                             | 2   |
| <b>Всего за семестр:</b>                                                                                                                        |                                                                             | 30  |
| <b>Тема № 2.4. Количественные методы сбора маркетинговой информации</b>                                                                         | <b>Содержание</b>                                                           | 10  |
|                                                                                                                                                 | Использование опросов в маркетинговых исследованиях                         | 4   |
|                                                                                                                                                 | Наблюдение и эксперимент                                                    | 2   |
|                                                                                                                                                 | <b>В том числе практических занятий</b>                                     | 4   |
|                                                                                                                                                 | Практическое занятие № 7. Проведение стандартизированного опроса            | 2   |
|                                                                                                                                                 | Практическое занятие № 8. Проведение полевого эксперимента                  | 2   |
| <b>Тема № 2.5. Основные направления маркетинговых исследований в рекламе</b>                                                                    | <b>Содержание</b>                                                           | 24  |
|                                                                                                                                                 | Сегментирование потребительского рынка                                      | 2   |
|                                                                                                                                                 | Анализ целевой аудитории                                                    | 2   |
|                                                                                                                                                 | Портрет потребителя                                                         | 2   |
|                                                                                                                                                 | Оценка емкости рекламного рынка. Анализ конкурентов                         | 4   |
|                                                                                                                                                 | Оценка эффективности рекламной кампании                                     | 2   |
|                                                                                                                                                 | <b>В том числе практических занятий</b>                                     | 12  |
|                                                                                                                                                 | Практическое занятие № 9. Сегментация целевой аудитории                     | 2   |
|                                                                                                                                                 | Практическое занятие № 10. Составление аватара потребителя                  | 2   |
|                                                                                                                                                 | Практическое занятие № 11. Определение емкости рекламного рынка             | 2   |
|                                                                                                                                                 | Практическое занятие № 12. Анализ конкуренции на рынке                      | 2   |
|                                                                                                                                                 | Практическое занятие № 13. Оценка методов продвижения конкурентов           | 2   |
|                                                                                                                                                 | Практическое занятие № 14. Анализ эффективности рекламной кампании          | 2   |
| <b>Текущий контроль – устный опрос</b>                                                                                                          |                                                                             |     |
| <b>Самостоятельная работа</b> - оценка результативности исследования отдельных рекламных акций, подготовка к текущему и промежуточному контролю |                                                                             | 2   |
| <b>Консультации</b>                                                                                                                             |                                                                             | 2   |
| <b>Промежуточная аттестация по МДК – контрольная работа</b>                                                                                     |                                                                             | 2   |
| <b>Всего за семестр:</b>                                                                                                                        |                                                                             | 40  |
| <b>Практики</b>                                                                                                                                 | <b>УП.01.01 Учебная практика, Коммуникация с заказчиком</b>                 | 72  |
|                                                                                                                                                 | <b>Промежуточная аттестация – зачет с оценкой</b>                           |     |
|                                                                                                                                                 | <b>ПП.01.01 Производственная практика, Маркетинговые исследования</b>       | 72  |
|                                                                                                                                                 | <b>Промежуточная аттестация — зачет с оценкой</b>                           |     |
| <b>Промежуточная аттестация по ПМ – экзамен по модулю</b>                                                                                       |                                                                             | 6   |
| <b>Всего:</b>                                                                                                                                   |                                                                             | 296 |

### 3. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПО ПМ.01 (не предусмотрено УП)

#### 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

4.1. Для реализации программы должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Менеджмента», оснащенные оборудованием:  
стол, стулья для обучающихся и преподавателя, доской;  
техническими средствами обучения: компьютером, проектором

## 4.2. Информационное обеспечение реализации программы

### 4.2.1 Учебная литература

#### а) основная

1. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561056>
2. Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2026. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/153361.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 502 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566021>
4. Сергеева, З. Н. Технология рекламы: учебное пособие / З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2020. — 83 с. — ISBN 978-5-7782-4107-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99228>

#### б) дополнительная

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, 2025. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18737-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568999>
2. Плотникова, М. Г. Разработка и технология производства рекламного продукта. Видеореклама : практикум / М. Г. Плотникова. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 88 с. — ISBN 978-5-4497-3756-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/143968.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

### 4.2.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, в т. ч. электронные образовательные ресурсы

1. Рекламный совет России[сайт]. — URL: <https://a-z.ru/assoc/osr/>
2. Ассоциация коммуникационных агентств России [сайт]. — URL: <https://akarussia.ru/>

## 5. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ

| Шкала оценивания                                | Критерии оценивания                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Наименование оценочных средств ПА |
|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| <b>МДК.01.01 Структура рекламного агентства</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                   |
| Отлично                                         | Обучающийся верно анализирует требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка; выявляет целевые группы; обосновывает решения при определении метода проведения исследования; демонстрирует умения поиска и применения нормативных документов                        | Тестирование                      |
| Хорошо                                          | Обучающийся анализирует требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка; выявляет целевые группы с небольшими корректировками; обосновывает решения при определении метода проведения исследования; демонстрирует умения поиска и применения нормативных документов |                                   |
| Удовлетворительно                               | Обучающийся с трудом анализирует требования целевых групп потребителей с                                                                                                                                                                                                                              |                                   |

|                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                       |
|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
|                                                                      | использованием средств исследования рынка; выявляет целевые группы с ошибками; не умеет обосновывать решения при определении метода проведения исследования; не демонстрирует умения поиска и применения нормативных документов                                                                                                                                                                                                                           |                       |
| Неудовлетворительно                                                  | Обучающийся не анализирует требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка; не выявляет целевые группы; не умеет обосновывать решения при определении метода проведения исследования; не умеет применять нормативные документы                                                                                                                                                                                          |                       |
| <b>МДК.01.02 Маркетинговые исследования в рекламной деятельности</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                       |
| Отлично                                                              | Обучающийся самостоятельно проводит исследования в рекламной деятельности; находит варианты решения в стандартных и нестандартных ситуациях; верно выбирает и применяет способы решения профессиональных задач                                                                                                                                                                                                                                            | Тестирование          |
| Хорошо                                                               | Обучающийся проводит исследования в рекламной деятельности; находит варианты решения в стандартных и нестандартных ситуациях; с небольшими корректировками выбирает и применяет способы решения профессиональных задач                                                                                                                                                                                                                                    |                       |
| Удовлетворительно                                                    | Обучающийся с трудом проводит исследования в рекламной деятельности; находит неверные варианты решения в стандартных и нестандартных ситуациях; с ошибками выбирает и применяет способы решения профессиональных задач                                                                                                                                                                                                                                    |                       |
| Неудовлетворительно                                                  | Обучающийся не проводит исследования в рекламной деятельности; не находит варианты решения в стандартных и нестандартных ситуациях; не умеет выбирать и применять способы решения профессиональных задач                                                                                                                                                                                                                                                  |                       |
| <b>Учебная практика</b>                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                       |
| Представлены в рабочей программе учебной практики                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                       |
| <b>Производственная практика</b>                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                       |
| Представлены в рабочей программе производственной практики           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                       |
| <b>ПМ</b>                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                       |
| Отлично                                                              | Обучающийся имеет глубокие знания учебного материала по теме практической работы, показывает усвоение взаимосвязи основных понятий, используемых в работе, смог ответить на все уточняющие и дополнительные вопросы. Демонстрирует знания теоретического и практического материала по теме практической работы, определяет взаимосвязи между показателями задачи, даёт правильный алгоритм решения, определяет междисциплинарные связи по условию задания | Теоретические вопросы |
| Хорошо                                                               | Обучающийся показывает знание учебного материала, усвоение основной литературы, отвечает почти полно на все заданные дополнительные и уточняющие вопросы. Демонстрирует знания теоретического и практического материала по теме практической работы, допуская незначительные неточности при реализации проекта, имея неполное понимание междисциплинарных связей при правильном выборе алгоритма решения задания                                          |                       |



|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |  |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| Удовлетворительно   | Обучающийся в целом освоил материал практической работы, отвечает не на все уточняющие и дополнительные вопросы. Затрудняется с правильной оценкой предложенной задачи, даёт неполный ответ, требующий наводящих вопросов преподавателя, выбор способа реализации проекта возможен при наводящих вопросах преподавателя |  |
| Неудовлетворительно | Обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала практической работы, полностью не раскрыл содержание вопросов, не смог ответить на уточняющие и дополнительные вопросы. Даёт неверную оценку ситуации, неправильно выбирает алгоритм действий                                             |  |