

УТВЕРЖДЕНО  
 Директор АНО СПО  
 «Бирский кооперативный техникум»

Р.Т. Ахунова  
 2018 год

Р.Т. Ахунова  
 2018 год

Р.Т. Ахунова  
 2018 год

Р.Т. Ахунова  
 2018 год

СОГЛАСОВАНО  
Директор рекламного производства  
Тамгушев П.В.  
 «перейти» 2018 год

СОГЛАСОВАНО  
Директор информационного центра  
Ермидков В.В.  
 «29» июля 2018 год

СОГЛАСОВАНО  
 \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
 « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 201  год

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### ПМ. 03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

Рассмотрено на заседании предметно- цикло-  
 вой комиссии УГ 42.00.00 Средства массовой  
 информации и информационно- библиотечное  
 дело

Председатель ПЦК  
Сул / Ахметова И.И.

2018-2019 учебный год Протокол № 5 от 29.06 2018 Сул / Ахметова И.И.  
 2019-20110 учебный год Протокол № 1 от 29.08 2019 Сул / Ахметова И.И.  
 20110-20111 учебный год Протокол № 1 от 28.08 20110 Сул / Ахметова И.И.  
 20111-20112 учебный год Протокол № 1 от 30.08 20111 Сул / Мухаметов Р.Е.



АНО СПО «Бирский кооперативный техникум»

Внутренняя техническая и содержательная экспертиза рабочей программы учебной дисциплины/профессионального модуля

Специальность 42. 02. 01 Реклама

Наименование УД/ПМ: *03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта*

№	Предмет технической экспертизы	Критерии оценивания	да	нет
1	Паспорт (пояснительная записка) программы учебной дисциплины	1.1.Наличие раздела «Паспорт программы УД/ПМ» или пояснительной записки и ее соответствие утвержденной в ОУ формой рабочей программы 1.2.Соответствие паспорта макету программы (указаны область применения программы, место УД/ПМ в структуре ОПОП, цели и задачи, количество часов на освоение программы) 1.3.Соответствие объема часов на освоение УД/ ПМ объему, указанному в РУП	✓ ✓ ✓	
2	Структура и содержание учебной дисциплины	2.1. Наличие раздела «Структура и содержание УД/ПМ» 2.2. Указаны виды учебной работы и объем часов на их выполнение 2.3. Указана форма итоговой аттестации 2.4. Имеется тематический план, в котором указано содержание учебного материала, перечень лабораторных, практических и контрольных работ, содержание самостоятельной работы обучающихся, тематика курсовых работ	✓ ✓ ✓ ✓	
3	Условия реализации учебной дисциплины	3.1. Указаны требования к минимальному материально-техническому обеспечению (учебные кабинеты, лаборатории, мастерские, оборудование, ТСО, необходимые для реализации программы) 3.2. Имеется перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы, оформленный в соответствии с ГОСТом и требованиями к году издания	✓ ✓	
4	Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины	4.1. Определены формы и методы контроля и оценки результатов обучения 4.2. Результаты обучения соответствуют результатам, указанным в паспорте программы УД/ПМ 4.3. Формы контроля конкретизированы с учетом специфики обучения	✓ ✓ ✓	
5	Объем времени на освоение учебной дисциплины	5.1. Общий объем времени, отведенного на освоение УД/ПМ (всего часов), в паспорте программы, таблицах «Содержание обучения» и «Тематический план» совпадает 5.2. Объем обязательной аудиторной нагрузки в паспорте программы, таблицах «Содержание обучения» и «Тематический план УД/ПМ» совпадает 5.3. Объем времени, отведенного на выполнение лабораторных и практических занятий, в паспорте программы, таблицах «Содержание обучения» и «Тематический план УД/ПМ» совпадает 5.4. Объем времени, отведенного на самостоятельную работу, в паспорте программы, таблицах «Содержание обучения» и «Тематический план УД/ПМ» совпадает	✓ ✓ ✓ ✓	
	Итоговое заключение	Рабочая программа рекомендована к содержательной экспертизе	✓	
		Рабочая программа рекомендована к доработке		
Внутреннюю экспертизу провёл <u>Олеф</u> ( <u>Аксимова И.И.</u> ) Дата <u>28.08.18</u>				

№	Предмет содержательной экспертизы	Критерии оценивания	да
1	Паспорт программы	1.1. Формулировка пункта 1.1. «Область применения программы» в достаточной мере определяет специфику использования программы УД/ПМ в основном и дополнительном профессиональном образовании 1.2. Формулировка компетенций, знаний и умений в инвариантной части соответствует ФГОС 1.3. Наличие дополнительных компетенций, знаний и умений 1.4. Требования к умениям и знаниям в инвариантной части соответствуют ФГОС	✓
2	Структура и содержание УД/ПМ	2.1. Наименование разделов УД/ПМ отражает содержание всех компетенций 2.2. Почасовое распределение тем – оптимально 2.3. Содержательное распределение между «теорией», лабораторными работами и практическими занятиями полностью соответствует основным показателям оценки результатов обучения 2.4. Почасовое распределение между «теорией», лабораторными работами и практическими занятиями соответствует специфике основных показателей оценки результатов обучения. 2.5. Уровень освоения учебного материала определен с учетом формируемых умений в процессе выполнения лабораторных работ, практических занятий. 2.6. Тематика домашних заданий самостоятельной работы раскрывается «диагностичными» формулировками, отражающими овеществленный результат учебно-познавательной деятельности обучающегося	✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓
3	Условия реализации УД/ПМ	3.1. Перечень учебных кабинетов (мастерских, лабораторий и др.) обеспечивает проведение всех видов лабораторных работ и практических занятий, предусмотренных программой 3.2. Перечисленное оборудование обеспечивает проведение всех видов лабораторных работ и практических занятий, предусмотренных программой 3.3. Перечень рекомендуемой основных и дополнительных источников (включая Интернет-ресурсы) содержательно достаточен для реализации образовательного процесса 3.4. Требования к организации образовательного процесса в достаточной мере раскрывают особенности освоения программы	✓ ✓ ✓ ✓
4	Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины	4.1. Результаты обучения сформулированы однозначно для понимания и оценивания 4.2. Основные показатели оценки результатов обучения соответствуют заявленным компетенциям 4.3. Основные показатели оценки результатов обучения в полной мере раскрывают специфику соответствующих профессиональных компетенций 4.4. Комплекс форм и методов контроля и оценки умений и знаний образует систему достоверной и объективной оценки уровня освоения дисциплины	✓ ✓ ✓ ✓
	Итоговое заключение	Рабочая программа рекомендована к утверждению Рабочая программа рекомендована к доработке	✓

Внутреннюю экспертизу провёл Сез Аннамова И.И.  
Дата 28.08.18

**РЕЦЕНЗИЯ**  
**на рабочую программу профессионального модуля**  
**«Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»,**  
**разработанной в АНО СПО «Бирский кооперативный техникум»**

Программа профессионального модуля «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» предназначена для реализации государственных требований к уровню подготовки выпускников по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама.

Предметом профессионального модуля «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» являются основные вопросы, касающиеся выявления требований целевых групп потребителей на основе анализа рынка, а также разработки средств продвижения рекламного продукта.

Программа профессионального модуля «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» составлена в соответствии с «Разъяснениями по формированию примерных программ профессиональных модулей среднего профессионального образования на основе Федеральных государственных образовательных стандартов среднего профессионального образования, разработанными Департаментом государственной политики и нормативно-правового регулирования в сфере образования Министерства образования и науки Российской Федерации».

Программа «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» содержит следующие элементы: титульный лист, паспорт (указана область применения программы, место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы, цели и задачи, объем и виды учебной работы); тематический план и содержание, условия реализации программы (требования к минимальному материально-техническому обеспечению, перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы); контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля.

Перечень компетенций (ОК и ПК) содержит все компетенции, указанные в тексте ФГОС. Требования к практическому опыту, умениям и знаниям соответствуют перечисленным в тексте ФГОС.

Программа рассчитана на 162 часа (обязательная аудиторная нагрузка), из которых 10 часов отводится на практические и лабораторные занятия. Самостоятельная работа составляет 63 часа спланированы ее тематика, виды и формы в каждом разделе (теме).

Предусмотрено выполнения курсовой работы.

Определены требования к материальному обеспечению программы. В разделе «Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины» разработана система контроля сформированности компетенций и овладениями знаниями и умениями по каждому разделу программы. Тематика и формы контроля соответствуют целям и задачам профессионального модуля.

Четко сформулированная цель программы и структура находятся в логическом соответствии.

Содержание программы направлено на достижение результатов, определяемых ФГОС. Содержание отражает последовательность формирования знаний, указанных в ФГОС. В полной мере отражены виды работ, направленные на приобретение умений.

Программа может быть рекомендована для использования в образовательном процессе АНО СПО «Бирский кооперативный техникум»

Рецензент:

*директор регионального  
профсовета*



*Петров В.В.*

Рабочая программа профессионального модуля **ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта** разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от «12» мая 2014 года № 510.

Содержание рабочей программы профессионального модуля реализуется в процессе освоения студентами программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01. Реклама в соответствии с требованиями ФГОС СПО.

ОДОБРЕНО Методическим советом техникума  
Протокол № 9 от «29» 06 2018 г.  
Председатель Методсовета З.И. /Итурмушина А.А./

РАССМОТРЕНО  
на заседании ПЦК УГ. 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело  
Протокол № 5 от «29» 06 2018 г.  
Председатель ПЦК Сулф /Ахкамова М.И. /

РАССМОТРЕНО  
на заседании ПЦК УГ. 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело  
Протокол № 1 от «29» 08 2019 г.  
Председатель ПЦК Сулф /Ахкамова М.И. /

РАССМОТРЕНО  
на заседании ПЦК УГ. 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело  
Протокол № 1 от «28» 08 2020 г.  
Председатель ПЦК Сулф /Ахкамова М.И. /

РАССМОТРЕНО  
на заседании ПЦК УГ. 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело  
Протокол № 1 от «30» 08 2021 г.  
Председатель ПЦК Ю. /Мухаметова Р.Е. /

## **СОДЕРЖАНИЕ**

1	ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2	РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
3	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУ- ЛЯ	6
4	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНО- ГО МОДУЛЯ	12
5	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕС- СИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	15

# **1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03. МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИ- ЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

## **1.1. Область применения программ**

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО **42.02.01. Реклама (базовой подготовки)**, входящей в состав укрупненной группы профессий 42.00.00. Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело, в части освоения основного вида профессиональной деятельности: **Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта** и соответствующих общих и профессиональных компетенций:

ОК. 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК. 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК. 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК. 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК. 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК. 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК. 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК. 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК. 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ПК. 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

ПК. 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

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

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

**иметь практический опыт:**

- выявления требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;

- разработки маркетинговой части бизнес-плана;

**уметь:**

- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
- проводить сегментирование рынка;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;

**знать:**

- задачи, цели и общие требования к рекламе;
- основные направления рекламной деятельности;
- виды рекламной деятельности;
- структуру рекламного рынка.
- *этапы разработки маркетинговой части бизнес-плана;*
- *правовое регулирование рекламной деятельности.*

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

Всего – **495** часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – **243** часов, включая:  
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **162** часа;  
самостоятельной работы обучающегося – **81** часа;  
учебной практики – **108** часов;  
производственной практики – **144** часа.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности: Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта, в том числе профессиональными и общими компетенциями (по базовой подготовке):

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 4.1. Тематический план профессионального модуля

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	<b>МДК.03.01. Маркетинг в рекламе</b>								
<b>ПК. 3.1-3.2</b>	Маркетинговое обеспечение реализации рекламного продукта	<b>171</b>	<b>114</b>	10	20	<b>57</b>	-		-
	<b>Промежуточная аттестация по МДК.03.01. в форме экзамена в 6 семестре</b>								
	<b>МДК.03.02. Правовое обеспечение рекламной деятельности</b>								
<b>ПК. 3.1-3.2</b>	Правовое обеспечение реализации рекламного продукта	<b>72</b>	<b>48</b>	-	-	<b>24</b>	-		-
	<b>Промежуточная аттестация по МДК.03.02. в форме дифференцированного зачета в 5 семестре</b>								
<b>ПК. 3.1-3.2</b>	<b>УП.03.Учебная практика</b>	<b>108</b>						<b>108</b>	
	<b>Промежуточная аттестация по УП.03. в форме дифференцированного зачета в 6 семестре</b>								
<b>ПК. 3.1-3.2</b>	<b>Производственная практика (по профилю специальности)</b>	<b>144</b>							<b>144</b>
	<b>Промежуточная аттестация по ПП.03. в форме дифференцированного зачета в 6 семестре</b>								
	<b>Промежуточная аттестация по ПМ.03. в форме экзамена (квалификационного) по модулю.</b>								
	<b>Всего</b>	<b>495</b>	<b>162</b>	10	20	<b>81</b>	-	<b>108</b>	<b>144</b>

### 3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов профессионального модуля	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>МДК.03.01</b> Маркетинг в рекламе		<b>171</b>	
<b>Раздел 1.</b> Маркетинговое обеспечение реализации рекламного продукта		<b>171</b>	
<b>Тема 1.1</b> Основные направления рекламной деятельности	<b>Содержание</b>	<b>22</b>	2
	1   Понятие рекламы. История рекламы. Реклама как метод управления людьми. Виды рекламы. Печатная реклама, телевизионная реклама, витринная реклама, почтовая реклама, наружная реклама и т.д. Виды рекламных средств (привлекательность и информативность, побуждение к совершению покупки, приглашение к совершению покупки)		
	2   Информационные материалы связей общественностью и их виды. Средства распространения рекламы (прямые отправления, торговые выставки и демонстрация, витрины в магазинах, профессиональные, деловые встречи, совещания, купоны, раздача бесплатных образцов товаров (сэмплинг), премии экспозиции и демонстрация товара в местах продажи)		
	<b>Практические занятия</b>	<b>2</b>	
	1   Анализ видов рекламных средств, направленных на продвижение рекламного продукта.		
<b>Тема 1.2.</b> Организация маркетинговой деятельности в рекламе	<b>Содержание</b>	<b>62</b>	2
	1   Понятие маркетинга. Принципы, цели и задачи маркетинга.		
	2   Товар. Классификация товара Жизненный цикл товара. Фирменный стиль товара. Понятие бренда.		
	3   Потребители. Классификация потребителей. Принятие решения о покупке. Основные этапы при принятии решения о покупке.		
	4   Стимулирование сбыта. Анализ потребления. Сбытовая политика. Мероприятия стимулирования сбыта.		

	5	Маркетинговые исследования. Выявление проблем, формулирование целей исследования, отбор источников информации, сбор информации, анализ собранной информации, представление полученных результатов.		
	6	Организация маркетинговой деятельности. Система планирования и организации службы маркетинга на рекламном предприятии.		
	7	<i>Бизнес-план. Этапы разработки маркетинговой части бизнес-плана.</i>		
	<b>Практические занятия</b>		<b>8</b>	
	1	Разработка мероприятий, анкеты для исследования предпочтений целевых групп потребителей Анализ результатов исследований предпочтений целевых групп потребителей		
	2	Сегментирование рынка		
	3	Выбор средств, направленных на продвижение рекламного продукта с учетом анализа предпочтений целевых групп потребителей Разработка средств продвижения рекламного продукта		
	4	Анализ маркетинговой части бизнес-плана рекламного агентства Составление плана разработки маркетинговой части бизнес-плана		
<b>Темы курсовых работ:</b>			<b>20</b>	
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализ мероприятий организации по стимулированию сбыта</li> <li>2. Позиционирование товара на рынке</li> <li>3. Анализ эффективности коммерческой рекламы</li> <li>4. Достоинства и недостатки различных средств распространения рекламной информации</li> <li>5. Реклама и общество</li> <li>6. Сущность рекламы как основного инструмента маркетинговых коммуникаций</li> <li>7. Анализ эффективности деятельности фирм-посредников</li> <li>8. Роль и значение рекламы в современных условиях</li> <li>9. Методы ценообразования в маркетинге: сравнительный анализ</li> <li>10. Разработка рекламной кампании товара</li> <li>11. Разработка рекламной кампании услуг</li> <li>12. Особенности наружной рекламы</li> <li>13. Маркетинговые исследования в области рекламы</li> <li>14. Позиционирование рекламных услуг на примере рекламного агентства «MEDOR»</li> <li>15. Особенности стратегического планирования в маркетинге</li> <li>16. Оценка конкурентных преимуществ организации на примере кофейни «Кофемания»</li> <li>17. Ребрендинг в маркетинге: история и современность</li> </ol>		

<ul style="list-style-type: none"> <li>18. Требования потребителей к рекламному продукту в условиях современного рынка</li> <li>19. Маркетинговые коммуникации и их значение</li> <li>20. Особенности компьютеризированной рекламы</li> <li>21. Влияние PR-кампаний на формирование имиджа организации</li> <li>22. Психологические аспекты воздействия Рекламы</li> <li>23. Анализ сервисной политики на предприятии</li> <li>24. Роль социальной рекламы в современном обществе</li> </ul>		
<p><b>Самостоятельная работа при изучении раздела 1</b></p>	<b>57</b>	
<p>Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем).</p>		

<p><b>МДК 03.02.</b> Правовое обеспечение рекламной деятельности</p>		72																																													
<p><b>Раздел 2.</b> Правовое обеспечение реализации рекламного</p>		72																																													
<p><b>Тема 2.1.</b> Правовое регулирование рекламной деятельности</p>	<p><b>Содержание</b></p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="607 336 663 459">1</td> <td data-bbox="663 336 1841 459"> <p>Основы законодательства РФ. Понятие рекламного права и рекламного законодательства. Принципы рекламного права.</p> </td> <td data-bbox="1841 336 2002 459">6</td> <td data-bbox="2002 336 2163 459">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="607 459 663 647">2</td> <td data-bbox="663 459 1841 647"> <p>Рекламное законодательство в России. Государственное регулирование рекламной деятельности. Федеральный закон «О рекламе». Требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом. Правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг. Законодательные акты, имеющие отношение к рекламной деятельности.</p> </td> <td data-bbox="1841 459 2002 647">4</td> <td data-bbox="2002 459 2163 647"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="607 647 663 756">3</td> <td data-bbox="663 647 1841 756"> <p>Регулирование рекламной деятельности на международном уровне. Международный кодекс рекламной практики. Международный кодекс торговой палаты (МТП).</p> </td> <td data-bbox="1841 647 2002 756">2</td> <td data-bbox="2002 647 2163 756"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="607 756 663 833">4</td> <td data-bbox="663 756 1841 833"> <p>Понятие и признаки рекламной информации. Общие и специальные требования к рекламе.</p> </td> <td data-bbox="1841 756 2002 833">2</td> <td data-bbox="2002 756 2163 833"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="607 833 663 941">5</td> <td data-bbox="663 833 1841 941"> <p>Правовой статус рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.</p> </td> <td data-bbox="1841 833 2002 941">2</td> <td data-bbox="2002 833 2163 941"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="607 941 663 1018">6</td> <td data-bbox="663 941 1841 1018"> <p>Договоры в сфере рекламы. Содержание договора, договорные условия, правила их соблюдения, порядок заключения договора.</p> </td> <td data-bbox="1841 941 2002 1018">4</td> <td data-bbox="2002 941 2163 1018"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="607 1018 663 1094">7</td> <td data-bbox="663 1018 1841 1094"> <p>Защита потребителей от недобросовестной рекламы. Федеральный Закон «О</p> </td> <td data-bbox="1841 1018 2002 1094">4</td> <td data-bbox="2002 1018 2163 1094"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="607 1094 663 1203">8</td> <td data-bbox="663 1094 1841 1203"> <p>Государственный контроль в сфере рекламной деятельности. Федеральная антимонопольная служба (ФАС). Саморегулирование рекламной деятельности. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.</p> </td> <td data-bbox="1841 1094 2002 1203">2</td> <td data-bbox="2002 1094 2163 1203"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="607 1203 663 1350">9</td> <td data-bbox="663 1203 1841 1350"> <p>Авторское право и смежные права в рекламе. Объекты авторского права и смежных прав в рекламе и порядок их использования. Результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации, охраняемые гражданским</p> </td> <td data-bbox="1841 1203 2002 1350">4</td> <td data-bbox="2002 1203 2163 1350"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="607 1350 663 1394">10</td> <td data-bbox="663 1350 1841 1394"> <p>Рассмотрение и разрешение споров в сфере рекламы.</p> </td> <td data-bbox="1841 1350 2002 1394">2</td> <td data-bbox="2002 1350 2163 1394"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="607 1394 663 1453">11</td> <td data-bbox="663 1394 1841 1453"> <p>Правовое регулирование отдельных видов рекламы: политической, социальной,</p> </td> <td data-bbox="1841 1394 2002 1453">4</td> <td data-bbox="2002 1394 2163 1453"></td> </tr> </table>	1	<p>Основы законодательства РФ. Понятие рекламного права и рекламного законодательства. Принципы рекламного права.</p>	6	2	2	<p>Рекламное законодательство в России. Государственное регулирование рекламной деятельности. Федеральный закон «О рекламе». Требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом. Правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг. Законодательные акты, имеющие отношение к рекламной деятельности.</p>	4		3	<p>Регулирование рекламной деятельности на международном уровне. Международный кодекс рекламной практики. Международный кодекс торговой палаты (МТП).</p>	2		4	<p>Понятие и признаки рекламной информации. Общие и специальные требования к рекламе.</p>	2		5	<p>Правовой статус рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.</p>	2		6	<p>Договоры в сфере рекламы. Содержание договора, договорные условия, правила их соблюдения, порядок заключения договора.</p>	4		7	<p>Защита потребителей от недобросовестной рекламы. Федеральный Закон «О</p>	4		8	<p>Государственный контроль в сфере рекламной деятельности. Федеральная антимонопольная служба (ФАС). Саморегулирование рекламной деятельности. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.</p>	2		9	<p>Авторское право и смежные права в рекламе. Объекты авторского права и смежных прав в рекламе и порядок их использования. Результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации, охраняемые гражданским</p>	4		10	<p>Рассмотрение и разрешение споров в сфере рекламы.</p>	2		11	<p>Правовое регулирование отдельных видов рекламы: политической, социальной,</p>	4		48	
1	<p>Основы законодательства РФ. Понятие рекламного права и рекламного законодательства. Принципы рекламного права.</p>	6	2																																												
2	<p>Рекламное законодательство в России. Государственное регулирование рекламной деятельности. Федеральный закон «О рекламе». Требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом. Правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг. Законодательные акты, имеющие отношение к рекламной деятельности.</p>	4																																													
3	<p>Регулирование рекламной деятельности на международном уровне. Международный кодекс рекламной практики. Международный кодекс торговой палаты (МТП).</p>	2																																													
4	<p>Понятие и признаки рекламной информации. Общие и специальные требования к рекламе.</p>	2																																													
5	<p>Правовой статус рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.</p>	2																																													
6	<p>Договоры в сфере рекламы. Содержание договора, договорные условия, правила их соблюдения, порядок заключения договора.</p>	4																																													
7	<p>Защита потребителей от недобросовестной рекламы. Федеральный Закон «О</p>	4																																													
8	<p>Государственный контроль в сфере рекламной деятельности. Федеральная антимонопольная служба (ФАС). Саморегулирование рекламной деятельности. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.</p>	2																																													
9	<p>Авторское право и смежные права в рекламе. Объекты авторского права и смежных прав в рекламе и порядок их использования. Результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации, охраняемые гражданским</p>	4																																													
10	<p>Рассмотрение и разрешение споров в сфере рекламы.</p>	2																																													
11	<p>Правовое регулирование отдельных видов рекламы: политической, социальной,</p>	4																																													

		<i>рекламы для несовершеннолетних и др.</i>		
	12	<i>Правовое регулирование рекламы в зависимости от способа ее распространения: рекламы в телепрограммах и телепередачах, радио, периодических печатных изданиях, по сетям электросвязи, наружной рекламы, на транспортных средствах.</i>	4	
	13	<i>Специальные требования к рекламе отдельных видов товаров и услуг: алкогольной продукции, табака и табачных изделий, лекарственных средств и медицинских услуг и др.</i>	2	
	14	<i>Законодательство о наружной рекламе. Нормативные и организационные документы.</i>	4	
	15	<i>Налогообложение рекламной деятельности.</i>	2	
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 2</b>			<b>24</b>	
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем) Подготовка сообщений, докладов.				
<b>Учебная практика</b> Виды работ: Выявление требований целевых групп потребителей. Разработка анкеты для исследования целевых групп. Проведение анкетирования целевых групп потребителей. Анализ результатов анкетирования целевых групп потребителей.			<b>108</b>	
<b>Производственная практика</b> Виды работ: Разработка маркетинговой части бизнес-плана. Разработка средств продвижения рекламного продукта Оформление договорной документации с учетом законодательства в сфере рекламы. Составление отчета по маркетингу.			<b>144</b>	
<b>Всего</b>			<b>477</b>	

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

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

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета «Проектирования рекламного продукта»; лаборатории «Информационных и коммуникационных технологий».

Оборудование учебного кабинета «Проектирования рекламного продукта»:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-наглядных пособий;
- комплект бланков договорной документации;
- комплект учебно-методической документации;
- учебные пособия.

Технические средства обучения кабинета «Проектирования рекламного продукта»:

- компьютер (или ноутбук) для преподавателя;
- маркерная доска (или проектор с проекционным экраном);
- программное обеспечение, предусмотренное учебной программой.

Оборудование лаборатории «Информационных и коммуникационных технологий» и рабочих мест лаборатории:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;

Технические средства обучения лаборатории «Информационных и коммуникационных технологий»:

- компьютер (или ноутбук) для преподавателя;
- маркерная доска (или проектор с проекционным экраном);
- программное обеспечение, предусмотренное учебной программой;
- посадочные места по количеству обучающихся, оборудованные ПК;
- внешние накопители информации;
- локальная сеть;

- доступ к глобальной сети Интернет.
- наушники,

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику, которая проводится. Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест:

- персональные компьютеры с лицензионным программным обеспечением;
- мобильные устройства для хранения информации;
- локальная сеть;
- подключение к глобальной сети Интернет.

## **4.2. Информационное обеспечение обучения**

### **Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

#### **Основные источники:**

1. Блюм, М. А. Маркетинг рекламы: учебное пособие / М. А. Блюм, Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова. — 2-е изд. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2019. — 144 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-692-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1125624>
2. Румынина В. В. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: учебник для студ. СПО / В. В. Румынина. — М.: Издательский центр «Академия», 2018. — 192 с
3. Керимова Ч. В. Учетно-аналитическое обеспечение разработки реализации рекламных проектов / Ч. В. Керимова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2018. — 218 с. - ISBN 978-5-394-02322-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=514528>
4. Аббасов И.Б. Основы трехмерного моделирования в графической системе 3dsMax2018: учебное пособие / И.Б. Аббасов. - 3-е изд. - Москва: ДМК Пресс, 2018. - 186с. - Режим доступа. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1028139>
5. Левкина А. В. Фотодело: Учебное пособие / А. В. Левкина. - М.: Альфа-М, НИЦИНФРА - 2018. – 319 с. -(ПРОФИль) (Переплёт) ISBN978-5-98281- 319-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/809827>
6. Минаева О. Е. Программы Adobe: основы программы InDesign: курс лекций / О. Е. Минаева, Л. И. Миронова. - Москва: ФГОУСПО "МИПК им. И. Федорова" - 2018. - 88 с. - Режим доступа. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1039223>

#### **Дополнительные источники:**

1. Барышев А. Ф., Маркетинг: учебник/ А. Ф. Барышев. - 8-е изд., испр. - Москва: Академия, 2019. – 223 с.
2. Герасимов Б. И., Виды и средства распространения рекламы: учебное пособие / Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова, М. А. Блюм. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2019. — 128 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-611-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1843719>
3. Джефкинс Ф.Е, Реклама: учеб. пособие для СПО / Ф. Е. Джефкинс; под ред. Б. Л. Еремина. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. - 543 с. - ISBN 978-5-238-00362-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1027287>
4. Эйнштейн С. М. Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете / С. М. Эйнштейн - М.: Альпина Паблишер, 2018. - 301 с. ISBN 978-5-9614-6243-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1003009>
5. Щербаков С. П., Партизанский маркетинг в социальных сетях. Инструкция по эксплуатации SMM-менеджера: практическое руководство / С. П. Щербаков. - 2-е изд. - Санкт-Петербург: Питер, 2018. - 320 с. - (Серия «Деловой бестселлер»). - ISBN 978-5-496-03019-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1789508>

#### **Интернет-ресурсы:**

1. Справочно-правовая система РФ «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

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

Освоение программы модуля базируется на изучении общепрофессиональной дисциплины «Экономика организации».

Реализация программы модуля предполагает производственную практику. Производственная практика проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля является освоение междисциплинарных курсов.

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

Результаты (освоенные профессиональные)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК. 3.1 Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	Соответствие анкеты, разработанной для исследования предпочтений целевых групп потребителей, целям и задачам опроса и требованиям к составлению опросных анкет	Практические работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
	Результативность проведения анкетирования целевых групп потребителей	Практические работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
	Полнота и аргументированность составления анализа предпочтений потребителей	Практические работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа. работа.
	Обоснованность сегментирования потребительских групп	Практические работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
ПК. 3.2 Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	Соответствие разработки маркетинговой части бизнес-плана требованиям к маркетинговому планированию	Практические работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
	Обоснованность отбора средств, направленных на продвижение рекламного продукта с учетом анализа предпочтений целевых групп потребителей	Практические работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
	Адекватность разработки средств стимулирования сбыта целям и задачам продвижения рекламного продукта	Практические работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
	Соблюдение законодательства в сфере рекламной деятельности при разработке средств продвижения рекламного продукта	Практические работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.

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

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК. 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Активность, инициативность в процессе освоения программы модуля	Практические работы. Отчет по учебной практике Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
	Эффективность и качество выполненной самостоятельной работы.	Практические работы. Отчет по учебной практике Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
	Участие в конкурсах профессионального мастерства, выставках- ярмарках, мастер-классах и т.п.	Практические работы. Отчет по учебной практике Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
	Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий по профес-	Анализ библиотечного формуляра обучающегося, оценка результатов самостоятельной работы
ОК. 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Результативность организации собственной деятельности для выполнения профессиональных задач	Практические работы. Отчет по учебной практике Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
	Адекватный выбор методов и способов решения профессиональных задач;	Практические работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
	Точность подбора критериев и показателей оценки эффективности и качества выполнения профессиональных задач	Практические работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
ОК. 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Обоснованность принятия решения в стандартных и нестандартных ситуациях;	Практические работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
ОК. 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач,	Нахождение и использование Информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и	Практические работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
	Адекватность использования нескольких источников	Практические работы. Отчет по производственной

профессионального и личностного развития.	информации для решения профессиональных задач, включая электронные;	практике. Самостоятельная работа.
ОК. 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Своевременность решения профессиональных задач на основе самостоятельно найденной информации с использованием ИКТ;	Практические работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
	Результативность использования различных информационных источников с использованием ИКТ;	Практические работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
	Качество оформления результатов работы с использованием ИКТ;	Практические работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
ОК. 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Ясность и аргументированность изложения собственного мнения	Практические работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
	Правильность выбора стратегии поведения при организации работы в команде	Практические работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
	Результативность взаимодействия с коллегами, руководством, потребителями	Практические работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
ОК. 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Адекватность оценки и анализа эффективности и качества результатов работы членов команды (подчиненных)	Практические работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
ОК. 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Результативность внеаудиторной самостоятельной работы при изучении профессионального модуля;	Практические работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
	Верность выбора способов коррекции результатов собственной деятельности;	Практические работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
ОК. 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной	Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий в области	Анализ библиотечного формуляра обучающегося. Практические работы. Отчет по

деятельности.	профессиональной деятельности;	производственной практике. Самостоятельная работа.
ОК. 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	Точность определения порядка организации предпринимательской деятельности в профессиональной области	Анкетирование.
	Точность определения видов ответственности в сфере профессиональной деятельности в соответствии с законодательством РФ.	Анкетирование.
ОК. 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Аргументированность оценки информации с использованием информационно-коммуникационных технологий.	Практические работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
	Обоснованность отбора средств решения профессиональных задач с учетом экологических требований	Практические работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
	Ясность и правильность изложения информации, собственных мыслей на иностранном языке с использованием несложных речевых оборотов для решения профессиональных задач	Практические работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.

### Формы контроля:

Текущий контроль качества обученности студентов осуществляется в устной и в письменной формах;

Периодический (рубежный) контроль – в виде теста, как результат освоения ведущих тем модуля; Защита курсовых работ (проектов);

Промежуточная аттестация – МДК. 03.01 – экзамен, МДК. 03.02 - дифференцированный зачет; УП. 03, ПП. 03 – дифференцированный зачет;

Итоговый контроль осуществляется в виде экзамена (квалификационного) по профессиональному модулю.



## ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ

### ПМ.03 МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

Учебный год	Вид изменений (объём времени, порядок освоения УД и ПМ и т.п.)	В какой документ ППСЗ вносятся изменения	Конкретное содержание изменений	Экспертное суждение о необходимости и целесообразности внесения изменений	Подпись председателя ЦК/ представителей работодателей
2021-2022	Включение планируемых личностных результатов (ЛР)	Рабочая программа	Включение следующих планируемых результатов: ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ЛР 3,7,10,13-19, согласно Рабочей программы воспитания 42.02.01 Реклама	Приказ Минпросвещения России № П-7 от 27.01.2022	