

# Университет «Синергия»

---

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

## **Комплект программ практик (на базе основного общего образования)**

Специальность:  
**42.02.01 Реклама**

---

Квалификация:  
**Специалист по рекламе**

---

Форма обучения:  
**очная**

---

## Университет «Синергия»

---

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

**Рабочая программа профессионального модуля  
ПМ.01 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта»  
(МДК.01.01 Таргетирование в рекламе  
МДК.01.02 Маркетинговые исследования поведения потребителей  
МДК.01.03 Медийный ландшафт и медиапотребление  
УП.01.01 Учебная практика  
ПМ.01.ЭК Экзамен по модулю)**

**Специальность:** *42.02.01 Реклама*  
**Квалификация выпускника:** *специалист по рекламе*  
**Форма обучения:** *очная*

Москва 2025

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ .....	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ .....	24
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ .....	34
5. ПРИЛОЖЕНИЯ.....	45

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

### 1.1 Область применения программы

Программа профессионального модуля «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552 и является частью образовательной программы подготовки специалистов среднего звена.

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

**В результате изучения профессионального модуля обучающийся  
должен:**

***иметь практический опыт в:***

использовании достижений современного планирования для повышения собственного интеллектуального развития в выбранной профессиональной деятельности, самостоятельно формировать новые для себя знания в профессиональной области, используя для этого доступные источники информации;

***уметь:***

- изучить способы эффективного применения современных средств планирования и продвижения, для решения общепрофессиональных прикладных задач;
- раскрытие сущности и содержания основных понятий и категорий стратегического планирования;

**Цели и задачи учебной практики:**

***Цель учебной практики*** - закрепление и углубление знаний, полученных обучающимися в процессе теоретического обучения по профессиональному модулю ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта, а также приобретение необходимых им умений и опыта практической работы.

***Задачи учебной практики:***

1. Приобретение студентами умений и практического опыта как нового образовательного результата
2. Формирование у студентов практических профессиональных умений в рамках профессионального модуля в соответствии с действующим ФГОС по специальности.

3. Приобретение первоначального практического опыта в рамках профессионального модуля;

4. Систематизация, обобщение, закрепление и углубление знаний и умений в рамках профессионального модуля.

### 1.3. Результаты освоения профессионального модуля

Код компетенции	Наименование результата обучения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
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
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках
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

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
ПМ.01 «Проведение исследований для создания  
и реализации рекламного продукта»:**

**2.1. Объем профессионального модуля**

Наименование	квалификация
	специалист по рекламе
	часов
<b>Всего по ПМ.01, в том числе</b>	<b>452</b>
МДК.01.01, с преподавателем	72
<b>Консультация</b>	2
МДК.01.01, с преподавателем	120
<b>Консультация</b>	2
МДК.01.01, с преподавателем	60
<b>Консультация</b>	-
<b>Учебная практика</b>	108
<b>Самостоятельная работа</b>	62
<b>Экзамен по модулю</b>	18

## 2.2. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего (учебная нагрузка обучающихся), ч	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)						Практика, ч	
			Учебная нагрузка обучающихся, ч.				внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа		Учебная	Производственная
			всего	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия	в т.ч., курсовая проект (работа)	в т.ч. консультация	всего	в т.ч., курсовой проект (работа)		
ОК 02, ПК 1.1	МДК.01.01 Таргетирование в рекламе	100	72	40	-	2	16	-		
ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4	МДК.01.02 Маркетинговые исследования поведения потребителей	150	120	64	8	2	30	-		
ОК 01, ПК 1.3	МДК.01.03 Медийный ландшафт и медиапотребление	76	60	40	-	-	16	-		
ОК 01- ОК 09, ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4	Учебная практика, часов	<b>108</b>							<b>108</b>	
	Экзамен по модулю	<b>18</b>								
	<b>Всего:</b>	<b>452</b>	<b>252</b>	144	8	4	<b>62</b>		<b>108</b>	

### 2.3. Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	ТКУ, ПА, Балл
<i>3 семестр</i>				
<b>МДК 01.01 Таргетирование в рекламе</b>				
<b>Тема 1</b> <b>Введение в таргетированную рекламу и веб-аналитику</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>3</b>	ОК 02. ПК 1.1	
	Основы цифрового маркетинга. Виды таргетированной рекламы. Понятие и основы веб-аналитики	3		
	<i>Практическое занятие</i>	<b>5</b>		<b>8</b>
	<i>Практическое занятие №1</i> Тест №1. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	5		8
	<i>Самостоятельная работа</i>	<b>2</b>		<b>5</b>
	Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к тестированию	2		5
<b>Тема 2.</b> <b>Платформы для таргетированной рекламы</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>3</b>		
	Особенности платформ для таргетированной рекламы: ВКонтакте, Телеграм.	3		
	<i>Практическое занятие</i>	<b>5</b>	<b>8</b>	
	<i>Практическое занятие №2</i> Тест №2. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	5	8	
	<i>Самостоятельная работа:</i>	<b>2</b>		

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	ТКУ, ПА, Балл
	Работа с конспектом лекций	2		
<b>Тема 3 Разработка и оптимизация рекламных кампаний</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>4</b>		
	Создание и настройка рекламных кампаний. Определение целевой аудитории. Настройка таргетингов и подбор ключевых слов для показа. Анализ и оптимизация объявлений	4		
	<i>Практическое занятие</i>	<b>5</b>		<b>7</b>
	<i>Практическое занятие №3:</i> Тест №3. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	5		7
	<i>Самостоятельная работа:</i>	<b>2</b>		<b>5</b>
	Работа с конспектом лекций	2		5
<b>Тема 4 Веб-аналитика и метрики успеха в таргетинге</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>4</b>		
	Основы работы с Яндекс.Метрикой (и/или Google Analytics). Пользовательские сегменты и аудитории. Оценка эффективности рекламных кампаний. Ключевые метрики и показатели (CTR, CPA, ROI, конверсия и т. д.).	4		
	<i>Практическое занятие</i>	<b>5</b>		<b>15</b>
	<i>Практическое занятие</i>	5		15

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	ТКУ, ПА, Балл
	<b>№4:</b> Тест №4. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов			
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>2</b>		
	Работа с конспектом лекций	2		
<b>Тема 5. Разработка стратегии контекстной рекламы</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	Определение целей и бюджетов. Прогнозирование бюджетов. Подбор инструментов и платформ. Создание плана развития и масштабирования.	4		
	<b>Практическое занятие</b>	<b>5</b>		<b>10</b>
	<b>Практическое занятие №5:</b> Тест №5. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	5		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>2</b>		<b>10</b>
	Работа с конспектом лекций	2		10
<b>Тема 6. Ретаргетинг</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	Определение и основные принципы ретаргетинга. Цели и преимущества использования ретаргетинга.	4		

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	ТКУ, ПА, Балл
	Создание и настройка ретаргетинговых кампаний в ВКонтакте. Сегментация аудитории для ретаргетинга: настройка списков и правил. Оптимизация ретаргетинговых кампаний: настройка частоты и длительности показов, бюджет и ставки. Анализ и измерение результатов ретаргетинговых кампаний: ключевые метрики и показатели.			
	<b>Практическое занятие</b>	<b>5</b>		<b>10</b>
	<b>Практическое занятие №6:</b> Тест №6. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	5		10
	<b>Самостоятельная работа</b>	<b>2</b>		<b>8</b>
	Работа с конспектом лекций	2		8
<b>Тема 7. Правовые аспекты таргетированной рекламы</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	Защита персональных данных. Этика использования пользовательской информации. Регулирование рекламной деятельности.	4		
	<b>Практическое занятие</b>	<b>5</b>		<b>7</b>
	<b>Практическое занятие №7:</b> Тест №7. Выполнение кейс-задачи,	5		7

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	ТКУ, ПА, Балл
	задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов			
	<b>Самостоятельная работа</b>	<b>2</b>		
	Работа с конспектом	2		
<b>Тема 8. Тренды и будущее таргетированной рекламы и веб-аналитики</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	Использование искусственного интеллекта и машинного обучения. Многоканальность и кросс-платформенность. Влияние изменений в алгоритмах социальных медиа и поисковых систем.	4		
	<b>Практическое занятие</b>	<b>5</b>		<b>7</b>
	<b>Практическое занятие №8:</b> Тест №8. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	5		7
	<b>Самостоятельная работа</b>	<b>2</b>		
	Работа с конспектом	2		
<b>Всего:</b>		<b>100/16</b>		<b>100</b>
<b>Консультация</b>		<b>2</b>		
<b>Промежуточная аттестация - экзамен</b>		<b>12</b>	ОК 0.2 ПК 1.1	<b>100</b>

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	ТКУ, ПА, Балл
<i>3 семестр</i>				
<b>МДК.01.02 Маркетинговые исследования поведения потребителей</b>				
<b>Тема 1. Система маркетинга и маркетинговые исследования в условиях рыночной экономики</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>6</b>	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.4	
	Понятие рынка в маркетинге. Классификация рынка, доля рынка, емкость рынка. Функционирование международного рынка товаров и услуг. Продукт в системе маркетинговых исследований. Оценка конкурентоспособности продукта. Типы и функции маркетинговых исследований. Технология проведения маркетинговых исследований	6		
	<i>Практическое занятие</i>	<b>8</b>		<b>10</b>
	<i>Практикум по решению задач</i>	8		8
	<i>Самостоятельная работа</i>	<b>3</b>		2
	Подготовка к практикуму по решению задач	3		2
<b>Тема 2. Маркетинговая информационная система</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>6</b>		
	Структурно-функциональный анализ моделей маркетинговых информационных систем. Принципы формирования и функциональная структура маркетинговой информационной системы на основе комплекса маркетинга. Моделирование процессов информационного обеспечения маркетинговой деятельности на основе маркетинговой	6		

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	ТКУ, ПА, Балл
	информационной системы. Классификация маркетинговой информации. Планирование и выбор необходимых видов маркетинговой информации.			
	<b>Практическое занятие</b>	<b>8</b>		<b>10</b>
	<b>Ситуационный практикум №1</b> «Использование маркетинговой информации в Интернет для предложения продукта на рынке»	8		8
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>3</b>		2
	Работа с конспектом лекций и дополнительной литературой	3		2
<b>Тема 3</b> <b>Маркетинговая среда предприятия</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>		
	Маркетинговая среда предприятия и методы ее анализа. Внутренняя маркетинговая среда предприятия, методы анализа.	6		
	<b>Практическое занятие</b>	<b>8</b>		<b>10</b>
	<b>Ситуационный практикум №2:</b> «Исследование маркетинговой среды предприятия»	8		8
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>3</b>		2
	Работа с конспектом лекций и дополнительной литературой.	3		2

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	ТКУ, ПА, Балл
<b>Тема 4 Исследование потребителей и сегментация рынка</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>6</b>		
	Сущность и факторы покупательского поведения. Модели поведения и принятие решения о покупке. Сегментация потребителей.	6		
	<i>Практическое занятие</i>	<b>8</b>		<b>10</b>
	<i>Ситуационный практикум №3:</i> «Моделирование покупательского поведения»	8		8
	<i>Самостоятельная работа:</i>	<b>4</b>		2
	Работа с конспектом лекций	4		2
<b>Тема 5. Прикладные исследования</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>6</b>		
	Бенчмаркенг как инструмент маркетинговых исследований и конкурентного анализа предприятий. Практика исследования потребителей в рекламе. Особенности проведения маркетинговых исследований в сети Интернет.	6		
	<i>Практическое занятие</i>	<b>8</b>		<b>10</b>
	<i>Ситуационный практикум №4</i> «Проведение маркетингового	8		8

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	ТКУ, ПА, Балл
	исследования в Интернет»			
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>3</b>		2
	Работа с конспектом лекций и дополнительной литературой	3		2
<i>4 семестр</i>				
<b>Тема 6. Модель анализа и проектирования рекламного образа</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>		
	Построение двухмерной модели анализа и проектирования рекламного образа. Технология анализа рекламных текстов на основе модели «Тип-Образ»	6		
	<b>Практическое занятие</b>	<b>8</b>		<b>15</b>
	<b>Ситуационный практикум №5</b> «Исследование текстовых обращений в рекламе»	8		10
	<b>Самостоятельная работа</b>	<b>5</b>		5
	Работа с конспектом лекций и дополнительной литературой	5		5
<b>Тема 7. Оптимизация воздействия рекламного образа</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	Обеспечение потенциала воздействия рекламного образа. Идентификационная привлекательность рекламного персонажа в адресной рекламе. Использование механизмов прерывания контакта в адресной рекламе	4		
	<b>Практическое занятие</b>	<b>8</b>		<b>15</b>

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	ТКУ, ПА, Балл
	<i>Ситуационный практикум №6 «Оптимизация воздействия рекламного образа»</i>	8		10
	<i>Самостоятельная работа</i>	4		5
	Работа с конспектом лекций и дополнительной литературой	4		5
<b>Тема 8. Методика исследования и оценки рекламного образа</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>6</b>		
	Методическое обоснование процедуры оценки рекламного образа. Анализ и оценка рекламного образа	6		
	<i>Практическое занятие</i>	<b>8</b>		<b>20</b>
	<i>Ситуационный практикум №7 «Исследование эффективности маркетинговых коммуникаций»</i>	8		10
	<i>Самостоятельная работа</i>	<b>5</b>		10
	Работа с конспектом лекций и дополнительной литературой	5		10
<b>Курсовая работ</b>		<b>8</b>		
<b>Тематика курсовых проектов</b>				
1. Основные этапы подготовки и проведения рекламной кампании.				
2. Фактор и значение знаменитости в коммуникационном проекте.				
3. Digital коммуникации как способ привлечения российской молодежной аудитории.				
4. Бренды и звезды: рекламные кампании с участием знаменитостей.				
5. Рекламная кампания кинофильмов: влияние				

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	ТКУ, ПА, Балл
	<p>использования юмористического контента на восприятие продукта российской молодежью.</p> <p>6. Продвижение молодёжных брендов и услуг с помощью инструментов digital-маркетинга.</p> <p>7. Формирование лояльности пользователей услуг мобильной связи на примере (МТС и Tele2).</p> <p>8. Маркетинговые коммуникации в индустрии моды на примере российских шоу-румов.</p> <p>9. Реклама в метро: проблемы и перспективы.</p> <p>10. Особенности восприятия образов искусства в рекламных коммуникациях.</p> <p>11. Влияние технологии Product Placement на зрительскую оценку фильма.</p> <p>12. Эффективность привлечения интернет-блогеров российскими брендами в сфере моды.</p> <p>13. Влияние бьюти-блогеров на продвижение косметического бренда.</p> <p>14. Эффективность Product Placement в российском кинопрокате.</p> <p>15. Коммуникационные технологии торговых центров для аудитории.</p> <p>16. Особенности продвижения музея для разных возрастных групп посетителей (18-30; 31-45) на примере.</p> <p>17. Коммуникационная стратегия продвижения спортивных брендов через музыкальное сопровождение на примере.</p> <p>18. Технологии виртуальной и дополненной реальности в рекламе: эффективность при восприятии бренда целевой аудиторией.</p> <p>19. Коммуникационные стратегии продвижения брендов в блогосфере.</p> <p>20. Привлечение медийных личностей как способ продвижения бренда.</p> <p>21. Продвижение бренда банков посредством мобильного приложения.</p> <p>22. Социальные сети как инструмент продвижения мобильных приложений.</p> <p>23. Стратегии продвижения мобильного приложения для сохранения и увеличения вовлечённости.</p> <p>Коммуникационные онлайн-стратегии люксовых брендов в России.</p>			

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	ТКУ, ПА, Балл
	<i>Консультация</i>	2		
<b>Всего:</b>		<b>150/30</b>		<b>100</b>
<b>Промежуточная аттестация – зачет с оценкой</b>			ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.4	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	ТКУ, ПА, Балл
<i>3 семестр</i>				
<b>МДК.01.03 Медийный ландшафт и медиапотребление</b>				
<b>Тема 1 Медийная экосистема</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	3	ОК 01. ПК 1.3	
	Допустимость и ограничения экологической модели при описании и объяснении характеристик медийной индустрии. Основные типы классификации медийной экосистемы в России, Европе и США. • Доминирующие исследования медийной экосистемы как бизнеса. Важнейшие направления и примеры. • Каким образом и какие теории медиаэффектов подходят для объяснения современных тенденций медиа экосистемы. Как рождаются, живут и не умирают медиа в эпоху «пост-правды», и существует ли «пост-	3		

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	ТКУ, ПА, Балл
	<p>правда» в принципе. Как специалисту в области коммуникаций распознать fake-news и почему это имеет значение в коммуникационном бизнесе</p>			
	<b>Практическое занятие</b>	<b>6</b>		<b>10</b>
	<p><b>Практическое занятие №1</b> Тест №1. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов</p>	6		10
	<b>Самостоятельная работа</b>	<b>2</b>		<b>10</b>
	Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к тестированию	2		10
<p><b>Тема 2. Медиапотребление и его особенности с точки зрения специалиста в области коммуникаций</b></p>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>3</b>		
	<p>Медиапотребление как выбор контента целевой аудиторией. Что первично: контент или дистрибуция• Основные тренды в кино- и сериальной индустрии, на ТВ: почему Netflix победил европейский кинорынок, но оказался за бортом Каннского кинофестиваля. •</p>	3		
	<b>Практическое занятие</b>	<b>6</b>		<b>8</b>
	<p><b>Практическое занятие №2</b> Тест №2. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка</p>	6		8

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	ТКУ, ПА, Балл
	презентации результатов			
	<i>Самостоятельная работа:</i>	2		8
	Работа с конспектом лекций	2		8
<b>Тема 3</b> <b>Как устроены современные медиа и индустрия развлечений.</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	4		
	Основные структуры и имена в России. Основные структуры и имена международного масштаба. Сделки M&A (слияния и поглощения) и какие тенденции рынка она отражают. Как измерить эффективность коммуникаций в медиа и индустрии развлечений. Будущее медиа и индустрии развлечений, попытка «заглянуть за горизонт».	4		
	<i>Практическое занятие</i>	7		7
	<i>Практическое занятие №3:</i> Тест №3. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	7		7
	<i>Самостоятельная работа:</i>	3		5
	Работа с конспектом лекций	3		5
<b>Тема 4</b> <b>Аудиовизуальный контент и</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	3		
	Пользовательские	3		

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	ТКУ, ПА, Балл
<b>актуальные формы его существования и монетизации</b>	платформы, агрегаторы, продюсеры. Что скрывается за определением «контент-мейкер». Как выжить музыкальному лейблу в эпоху iTunes – AppleMusic - Spotify			
	<i>Практическое занятие</i>	<b>7</b>		<b>8</b>
	<i>Практическое занятие №4:</i> Тест №4. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	7		8
	<i>Самостоятельная работа:</i>	<b>3</b>		8
	Работа с конспектом лекций	3		8
<b>Тема 5. Социальные сети и мессенджеры или где заканчиваются медиа</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>3</b>		
	Особенности медиапотребления для социальных сетей Анонимность социальных сетей и мессенджеров как новый вызов и новая привилегия• специалиста в области коммуникаций Как создать и эффективно управлять каналом коммуникации, использующем социальные сети и мессенджеры	3		
	<i>Практическое занятие</i>	<b>7</b>		<b>8</b>

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	ТКУ, ПА, Балл
	<b>Практическое занятие №5:</b> Тест №5. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	7		8
	<b>Самостоятельная работа:</b>	3		8
	Работа с конспектом лекций	3		8
<b>Тема 6. Особенности коммуникационных стратегий для индустрии видеоигр</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	4		
	Кто владеет миром видеоигр и почему видеоигры являются отдельной экосистемой. Как организовано медиапотребление в рамках индустрии видеоигр и как реализована коммуникация в виртуальном пространстве	4		
	<b>Практическое занятие</b>	7		8
	<b>Практическое занятие №6:</b> Тест №6. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	7		8
	<b>Самостоятельная работа</b>	3		8
	Работа с конспектом лекций	3		8
<b>Всего:</b>		<b>76/16</b>		<b>100</b>
<b>Промежуточная аттестация – зачет с оценкой</b>			ОК 01. ПК 1.3	<b>100</b>

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	ТКУ, ПА, Балл
<b>Учебная практика</b> 1. Подобрать материалы для создания рекламных конструкций. Создать имитацию различных поверхностей. Проанализировать стилизацию. Оценить перспективу 2. Проанализировать этапы проектирования рекламного проекта печатной продукции. Создать конструкцию листовых и книжных изданий. Провести отделку листовой печатной продукции. Проанализировать механические способы отделки. Изготовить простые и сложные тетради. Провести постпечатную обработку (вырубка, тиснение и т.д.). Выполнить рекламный проект печатной продукции для организации, фирмы (по выбору)			<b>108</b>	<b>100</b> Форма отчетности <sup>1</sup> – отчет по практике
<b>Экзамен по модулю</b>			<b>18</b>	<b>100</b>
<b>Итого ПМ.01</b>			<b>452/62</b>	

<sup>1</sup> См.Приложения

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПМ.01

#### 3.1. Материально-техническое обеспечение

##### МДК.01.01 Таргетирование в рекламе

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория**, для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой: специализированная мебель (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя), технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

**Учебная аудитория** для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации: специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

**Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:** специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

##### **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

###### Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

##### **Помещение для организации воспитательной работы**

Оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

##### МДК.01.02 Маркетинговые исследования поведения потребителей

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория**, для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой: специализированная мебель (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя), технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

**Учебная аудитория** для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации: специализированная мебель и технические средства обучения,

служащие для представления учебной информации большой аудитории (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

**Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:** специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

#### **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

##### Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

#### **Помещение для организации воспитательной работы**

Оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

### **МДК.01.03 Медийный ландшафт и медиапотребление**

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория**, для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой: специализированная мебель (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя), технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

**Учебная аудитория** для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации: специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

**Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:** специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

#### **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

##### Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-

образовательной среде.

#### **Помещение для организации воспитательной работы**

Оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

#### **УП.01.01 Учебная практика**

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебный кабинет** для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

#### **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

#### **Помещение для организации воспитательной работы**

Оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

#### **ПМ.01.ЭК Экзамен по модулю**

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебный кабинет** для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя) и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, мультимедийное оборудование (проектор, экран)):

#### **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

#### **Помещение для организации воспитательной работы**

Оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

### **3.2. Информационное обеспечение обучения**

### ***Основная литература:***

1. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. — 2-е изд. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2025. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-2321-3, 978-5-4497-3903-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/145168.html>

### ***Дополнительная литература:***

1. 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>

2. Сулейманов, М. Р. Культура медиапотребления: цифровой переход : монография / М. Р. Сулейманов. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2023. — 136 с. — ISBN 978-5-7433-3589-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/138055.htm>

### ***Электронно-библиотечные системы:***

1. Цифровой образовательный ресурс IPR SMART. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/>.

2. Научная электронная библиотека. — URL: <https://www.elibrary.ru/defaultx.asp>.

3. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». — URL: <https://cyberleninka.ru/>.

### ***Современные профессиональные базы данных:***

1. Официальный интернет-портал правовой информации. — URL: <http://pravo.gov.ru/>.

### ***Информационные справочные системы:***

1. Министерство просвещения Российской Федерации. Банк документов. — URL: <https://docs.edu.gov.ru/#activity=106>.

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

Образовательная организация обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения:

### ***Лицензионное программное обеспечение:***

- Операционная система Microsoft Windows;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition;
- Антивирусная программа Dr.Web;
- Архиватор;

- Inkscape – векторный графический редактор <https://inkscape.org/ru/o-programmye/>;
- Gimp – растровый графический редактор <http://www.progimp.ru/>;
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// <https://visualstudio.microsoft.com/ru/vs/community/>).

**Информационные ресурсы сети Интернет:**

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Рекламный совет России	<a href="http://www.a-z.ru/assoc/osr/">www.a-z.ru/assoc/osr/</a>
2.	Ассоциация коммуникационных агентств России	<a href="http://www.akarussia.ru/">http://www.akarussia.ru/</a>
3.	Сайт о рекламном рынке / AdIndex — информационное отраслевое издание о рынке рекламы и маркетинга в России	<a href="https://adindex.ru/">https://adindex.ru/</a>
4.	Сайт Федеральной антимонопольной службы	<a href="http://www.fas.gov.ru">www.fas.gov.ru</a>
5.	Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ — Редакция	<a href="https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&amp;documentId=485995&amp;ysclid=m7bpbu67nv984905863">https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&amp;documentId=485995&amp;ysclid=m7bpbu67nv984905863</a>

### 3.3. Организация образовательного процесса

Организации образовательного процесса должны способствовать применяемые в учебных заведениях методы дисциплинарной ответственности преподавателя и учащихся, строгое и систематическое планирование занятий, своевременное их проведение на должном педагогическом уровне.

#### **Порядок проведения учебных занятий по профессиональному модулю ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта для инвалидов и лиц с ОВЗ**

Создание доступной среды для инвалидов и лиц с ОВЗ (далее – вместе лица/обучающиеся с ОВЗ) является одним из приоритетных направлений современной социальной политики. Доступное профессиональное образование для лиц с ОВЗ – одно из направлений социальной интеграции данной категории граждан в общество, поскольку образование – наиболее действенный социальный ресурс. Профессиональное образование позволяет лицам с ОВЗ повысить конкурентоспособность на рынке труда, создает основу для равных возможностей, повышает личностный статус.

Содержание рабочей программы профессионального модуля и условия организации обучения по данной рабочей программе профессионального модуля для инвалидов определяются в том числе в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии), для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья - на основе образовательных программ,

адаптированных при необходимости для обучения указанных обучающихся (части 1 и 8 статьи 79 Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»).

Обучение по данному профессиональному модулю обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется Университетом Синергия с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем профессиональной подготовки научно-педагогических работников Университета Синергия, методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации обучающихся с ОВЗ и т.д.

В образовательном процессе по данному профессиональному модулю используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Технологии, используемые в работе с обучающимися с ОВЗ, учитывают индивидуальные особенности лиц с ОВЗ.

Все образовательные технологии применяются как с использованием универсальных, так и специальных информационных и коммуникационных средств, в зависимости от вида и характера ограниченных возможностей здоровья данной категории обучающихся.

При наличии в Университете Синергия лиц с ОВЗ образовательная деятельность по данному профессиональному модулю проводится:

- в форме контактной работы обучающихся с ОВЗ с педагогическими работниками Университета Синергия и (или) лицами, привлекаемыми Университетом Синергия к реализации данного профессионального модуля на иных условиях (далее – контактная работа). Контактная работа может быть аудиторной, внеаудиторной;

- в форме самостоятельной работы обучающихся с ОВЗ;
- в иных формах, определяемых Университетом Синергия в соответствии с его локальным нормативным актом, содержащим нормы, регулирующие образовательные отношения в части установления порядка организации контактной работы преподавателя с обучающимися.

Конкретные формы и виды самостоятельной работы обучающихся с ОВЗ устанавливаются преподавателем. Выбор форм и видов самостоятельной работы обучающихся с ОВЗ осуществляется с учетом их способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала. Формы самостоятельной работы устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге или на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся с ОВЗ предоставляется дополнительное время для консультаций и выполнения заданий.

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

группах или в отдельных образовательных организациях

При обучении по данному профессиональному модулю обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, обучающихся с ОВЗ в Университете Синергия созданы фонды оценочных средств, адаптированные для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в ОП результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Текущий контроль успеваемости осуществляется преподавателем и/или обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, а также при выполнении индивидуальных работ и домашних заданий, или в режиме тренировочного тестирования в целях получения информации о выполнении обучаемым требуемых действий в процессе учебной деятельности; правильности выполнения требуемых действий; соответствии формы действия данному этапу усвоения учебного материала; формировании действия с должной мерой обобщения, освоения (в том числе автоматизированности, быстроты выполнения) и т.д. Текущий контроль успеваемости для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья имеет большое значение, поскольку позволяет своевременно выявить затруднения и отставание в обучении и внести коррективы в учебную деятельность.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на мероприятиях промежуточной аттестации.

Во исполнение приказов Минобрнауки России от 09.11.2015 № 1309 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи», от 02.12.2015 № 1399 «Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») Министерства образования и науки Российской Федерации по повышению значений показателей доступности для инвалидов объектов и предоставляемых на них услуг в сфере образования»), письма Минобрнауки России от 12.02.2016 № ВК-270/07 «Об обеспечении условий доступности для инвалидов объектов и услуг в сфере образования» проведены обследование объектов Университета Синергия и услуг в сфере образования, оказываемых ему, на предмет их доступности для лиц с ОВЗ, и паспортизация его зданий.

На основе Паспорта доступности для инвалидов объекта и предоставляемых на нем услуг в сфере образования, разработанного по форме согласно письму Минобрнауки России от 12.02.2016 № ВК-270/07, согласованного с общественной

организацией Всероссийского общества инвалидов, утверждён план действий Университета Синергия по повышению значений показателей доступности для инвалидов его объектов и услуг в сфере образования, оказываемых им (Дорожная карта), на период до 2030 г. По итогам проведённой паспортизации Университет Синергия признан условно доступным для лиц с ограниченными возможностями здоровья, что является достаточным основанием для возможности пребывания указанных категорий граждан в Университете Синергия и предоставления им образовательных услуг с учетом дальнейшего увеличения степени его доступности на основе реализации мероприятий Дорожной карты.

Создание безбарьерной среды Университета Синергия учитывает потребности следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с нарушениями зрения;
- с нарушениями слуха;
- с ограничением двигательных функций.

Обеспечение доступности, прилегающей к Университету Синергия территории, входных путей, путей перемещения внутри здания для различных нозологий.

Территория Университета Синергия соответствует условиям беспрепятственного, безопасного и удобного передвижения маломобильных студентов, обеспечения доступа к зданиям и сооружениям, расположенным на нем. Обеспечено доступность путей движения, наличие средств информационно-навигационной поддержки, дублирование лестниц подъемными устройствами, оборудование лестниц поручнями, контрастная окраска дверей и лестниц, выделение мест для парковки автотранспортных средств инвалидов и лиц с ОВЗ.

В Университете Синергия обеспечен один вход, доступный для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата. Помещения, где могут находиться люди на креслах-колясках, размещены на уровне доступного входа. При ином размещении помещений по высоте здания, кроме лестниц, предусмотрены, подъемные платформы для людей с ограниченными возможностями и лифт.

Комплексная информационная система для ориентации и навигации инвалидов и лиц с ОВЗ в архитектурном пространстве Университета Синергия включает визуальную, звуковую и тактильную информацию.

Наличие оборудованных санитарно-гигиенических помещений для студентов различных нозологий.

На каждом этаже обустроена одна туалетная кабина, доступная для маломобильных обучающихся. В универсальной кабине и других санитарно-бытовых помещениях, предназначенных для пользования всеми категориями студентов с ограниченными возможностями, установлены откидные опорные поручни, откидные сидения.

Наличие специальных мест в аудиториях для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

В каждом специальном помещении (учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования

(выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования) предусмотрена возможность оборудования по 1-2 места для студентов-инвалидов по каждому виду нарушений здоровья - опорно-двигательного аппарата, слуха и зрения.

В стандартной аудитории первые столы в ряду у окна и в среднем ряду предусмотрены для обучаемых с нарушениями зрения и слуха, а для обучаемых, передвигающихся в кресле-коляске, - выделено 1-2 первых стола в ряду у дверного проема.

Для слабослышащих студентов использование сурдотехнических средств является средством оптимизации учебного процесса, средством компенсации, утраченной или нарушенной слуховой функции.

Технологии беспроводной передачи звука (FM-системы) являются эффективным средством для улучшения разборчивости речи в условиях профессионального обучения.

Учебная аудитория, в которой обучаются студенты с нарушением слуха, оборудована радиоклассом, компьютерной техникой, аудиотехникой (акустический усилитель и колонки), видеотехникой (мультимедийный проектор, экран), мультимедийной системой. Особую роль в обучении слабослышащих также играют видеоматериалы.

В Университете Синергия в наличии брайлевская компьютерная техника, программы-синтезаторы речи.

Компьютерные тифлотехнологии базируются на комплексе аппаратных и программных средств, обеспечивающих преобразование компьютерной информации в доступные для незрячей и слабовидящей формы (звуковое воспроизведение, рельефно-точечный или укрупненный текст), и позволяют обучающимся с нарушением зрения самостоятельно работать на обычном персональном компьютере с программами общего назначения.

Тифлотехнические средства, используемые в учебном процессе студентов с нарушениями зрения: средства для усиления остаточного зрения и средства преобразования визуальной информации в аудио и тактильные сигналы.

Для слабовидящих студентов в лекционных и учебных аудиториях предусмотрена возможность просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для удаленного просмотра.

Для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата используются альтернативных устройств ввода информации.

При процессе обучения по данному профессиональному модулю используются специальные возможности операционной системы Windows, такие как экранная клавиатура, с помощью которой можно вводить текст, настройка действий Windows при вводе с помощью клавиатуры или мыши.

Для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (при их наличии) выбор мест прохождения практик учитывает состояние

здоровья и требования по доступности.

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

Организация образовательного процесса по профессиональному модулю осуществляется в соответствии с ФГОС СПО по специальности, с рабочим учебным планом, программой профессионального модуля, с расписанием занятий; с требованиями к результатам освоения профессионального модуля: компетенциям, практическому опыту, умениям и знаниям.

В процессе освоения модуля используются активные и интерактивные формы проведения занятий с применением электронных образовательных ресурсов: лекции, семинары, практические занятия, в том числе с приглашением работодателей, анализ производственных ситуаций, ознакомительные экскурсии в учреждения будущей профессиональной деятельности обучающихся, и т.п. в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций студентов.

Студентам обеспечивается возможность формирования индивидуальной траектории обучения в рамках программы модуля; организуется самостоятельная работа студентов под управлением преподавателей и предоставляется консультационная помощь.

В рамках профессионального модуля предусмотрена учебная практика в объеме 108 часов.

Изучение программы модуля завершается экзаменом по модулю, который предполагает решение тестовых заданий и задач производственного характера, описание профессиональных достижений студента при прохождении учебной практики.

Для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (при их наличии) выбор мест прохождения практик учитывает состояние здоровья и требования по доступности.

## **4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПМ.01**

### **«Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта»**

#### **Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по профессиональному модулю**

Образовательное учреждение, реализующее подготовку по программе профессионального модуля, обеспечивает организацию и проведение текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль производится преподавателем в процессе обучения.

Обучение по профессиональному модулю завершается экзаменом по модулю, который проводит экзаменационная комиссия.

Формы и методы текущего и итогового контроля по профессиональному модулю разрабатываются Университетом Синергия и доводятся до сведения обучающихся не позднее начала двух месяцев от начала обучения.

Для текущего и итогового контроля образовательным учреждением создаются фонды оценочных средств (ФОС).

ФОС включают в себя педагогические контрольно–измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям результатов подготовки (таблицы).

### Фонд оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по профессиональному модулю

Промежуточная аттестация по ПМ.01 проводится в форме экзамена по модулю, экзамена по МДК 01.01; зачета с оценкой по учебной практике и МДК 01.02, и защиты курсовой работы по МДК 01.02.

<p><b>Экзамен по модулю</b> ОК 01-ОК 09 ПК 1.1-ПК 1.4</p>	<p>Экзамен по модулю представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области, включенных в ПМ МДК, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметных областей МДК, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметных областей МДК и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;</p> <p>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате прохождения практики в рамках ПМ, отчет по практике(-ам)</p>	<p>Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов</p> <p><b>-90 и более (отлично) –</b> <b>Задания 1, 2</b> - ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Практическое задание выполнено правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. <b>Задание 3:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• выполнил индивидуальный план прохождения практик (-и);</li> <li>• осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения практик (-и); выполнил спектр функций, которые в полной мере соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты свободно, исчерпывающе и аргументированно ответил на все вопросы по существу;</li> <li>• правильно оформил отчет о прохождении практик(-и);</li> <li>• имеет положительную характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практик(-и) от Организации;</li> <li>• имеет положительное</li> </ul>
---	---	---

		<p>заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе</p> <p><b>-70 и более (хорошо) –</b></p> <p><b>Задания 1,2</b> -ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. <b>Ход</b> выполнения практического задания правильный, <b>ответ</b> неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p><b>Задание 3:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• выполнил индивидуальный план прохождения практик (-и);</li> <li>• осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения практик(-и); выполнил спектр функций, которые в основном соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты исчерпывающе ответил на все вопросы по существу;</li> <li>• оформил отчет о прохождении практик(-и) с незначительными недостатками;</li> <li>• имеет положительную характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практик(-и) от Организации;</li> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе</li> </ul> <p><b>-50 и более (удовлетворительно)</b></p> <p><b>Задание 1, 2</b>– ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Практическое задание выполнено частично.</p> <p><b>Задание 3:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• выполнил индивидуальный план прохождения практик(-и) не в полном объеме;</li> </ul>
--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• не в полной мере осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения практик(-и) выполнил спектр функций, которые частично соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты ответил на вопросы по существу без должной аргументации;</li> <li>• оформил отчет о прохождении практик(-и) с недостатками;</li> <li>• имеет характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практик(-и) от Организации с указанием отдельных недостатков;</li> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p><b>-Менее 50 (неудовлетворительно)</b>  <b>Задание 1, 2</b> – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Практическое задание не выполнено.</p> <p><b>Задание 3:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• не выполнил индивидуальный план прохождения практик(-и);</li> <li>• не осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения практик(-и) выполнил спектр функций, которые не соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты не ответил на заданные вопросы или ответил неверно, не по существу;</li> <li>• неправильно оформил отчет о прохождении практик(-и);</li> <li>• имеет отрицательную характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практик(-и) от Организации;</li> <li>• имеет отрицательное заключение об уровне освоения</li> </ul>
--	--	--

		обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе
Зачет с оценкой МДК.01.02 ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4	<p>Зачет с оценкой по МДК представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя.</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области МДК, а также позволяющий оценить степень владения обучающегося принципами предметной области МДК, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области МДК обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;</p> <p>Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения МДК</p>	<p>Балльная оценка, в сумме 100 баллов:</p> <p>Вопрос 1: 0-30 баллов; Вопрос 2: 0-30 баллов; Вопрос 3: 0-40 баллов.</p> <p>Зачтено</p> <p>– <b>90-100 (отлично)</b> – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задачи решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p>– <b>70-89 (хорошо)</b> – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения задач правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p>– <b>50- 9 (удовлетворительно)</b> – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задача решена частично.</p> <p><b>Не зачтено</b></p> <p>– <b>менее 50 (неудовлетворительно)</b> – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задачи не решены.</p>
Экзамен МДК.01.01 ОК 02, ПК 1.1	<p>Экзамен по МДК представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области МДК, а также позволяющий</p>	<p>Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:</p> <p>Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов</p> <p><b>-90 и более (отлично)</b> – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки,</p>

	<p>оценить степень владения обучающегося принципами предметной области МДК, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области МДК обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;</p> <p>Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения МДК</p>	<p>использована профессиональная лексика. Практическое задание выполнено правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p><b>-70 и более (хорошо)</b>– ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход выполнения практического задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p><b>-50 и более (удовлетворительно)</b>– ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Практическое задание выполнено частично.</p> <p><b>-Менее 50 (неудовлетворительно)</b>– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Практическое задание не выполнено.</p>
<p><b>Зачет с оценкой учебная практика</b> ОК 01- ОК 09, ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4</p>	<p>Зачет с оценкой по учебной практике представляет собой проверку выполнения обучающимся заданий практики и подтверждением его результатов:</p> <p><i>Отчет по практике:</i> Предоставление отчета о прохождении учебной практики, индивидуального задания по учебной практике и аттестационного листа,</p>	<p>Оценка по практике формируется на основе показателей и критериев оценивания результатов прохождения практики:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Наличие источников информации в соответствии с индивидуальным заданием – 5 баллов.</li> <li>2. Наличие актуальных первичных данных, материалов – 5 баллов.</li> <li>3. Выполнение требований к содержательной части отчета, соответствие видов работы индивидуальному заданию – 20</li> </ol>

	<p>содержащего сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций</p>	<p>баллов.</p> <p>4. Оценка степени самостоятельности проведенного анализа – 20 баллов.</p> <p>5. Оценка качества проведенного анализа собранных материалов, данных – 20 баллов.</p> <p>6. Выполнение требований к экспериментально-практической работе в рамках освоения вида деятельности – 20 баллов.</p> <p>7. Выполнение требований к оформлению отчета по практике, содержащего базовую и информационно-вспомогательную информацию по итогам ее прохождения – 10 баллов.</p> <p><b>Итоговая оценка: Зачтено с оценкой: «Отлично» -90-100; «Хорошо» -89-70; «Удовлетворительно» -69-50; «Неудовлетворительно» - 49-0.</b></p>
<p><b>Курсовая работа</b> МДК.01.02 ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4</p>	<p>Защита курсовой работы представляет собой устный публичный отчет студента, на который ему отводится 7-8 минут, ответы на вопросы. Устный отчет студента включает: раскрытие целей и задач проектирования, его актуальность, описание выполненного проекта, основные выводы и предложения, разработанные студентом в процессе курсового проектирования.</p>	<p>Оценка формируется на основе показателей и критериев оценивания результатов работы над курсовым проектированием</p> <p>1. Обоснование актуальности темы исследования, четкое определение целей и задач исследования – 10 баллов.</p> <p>2. Список использованной литературы актуален и составлен в соответствии с требованиями: нормативные и регламентирующие документы, научная литература, источники периодической печати, интернет ресурсы – 10 баллов.</p> <p>3. Содержание работы – соответствие заданию, последовательность и логичность изложения материала – 30 баллов.</p> <p>4. Актуальность методов и их аргументированность, полнота полученных результатов задачам курсового</p>

		<p>проектирования – 20 баллов.</p> <p>5. Анализ результатов, логичность и полнота предлагаемого решения, степень соответствия полученного решения предмету и объекту исследования – 20 баллов.</p> <p>6. Оформление работы: наличие и качество, информативная полнота по теме исследования рисунков, таблиц, диаграмм – 10 баллов.</p> <p><b>Итоговая оценка:</b>  <b>Зачтено с оценкой:</b>  <b>«Отлично» -90-100;</b>  <b>«Хорошо» -89-70;</b>  <b>«Удовлетворительно» -69-50;</b>  <b>«Неудовлетворительно» - 49-0.</b></p>
--	--	--

**Типовые задания для проведения промежуточной аттестации  
- экзамена по модулю ПМ.01**

**Задания 1 типа**

- 1 .Виды аренды.
- 2 .Виды лизинга.
- 3 .Отчетность о наличии и движении основных средств и начисленной амортизации.
- 4 .Классификация основных средств, включаемых в амортизационные группы
- 5 .Основные положения ФСБУ 6/2020 «Основные средства»
- 6 .Первичная учетная документация по учету основных средств
- 7 .Понятие и классификация основных средств.
- 8 .Документальный учет основных средств.
- 9 .Амортизация основных средств.
- 10 .Учет ремонта основных средств.
- 11 .Учет выбытия основных средств.
- 12 .Учет арендованного имущества
- 13 .Инвентаризация основных средств.
- 14 .Дайте определение нематериальных активов.
- 15 .Отражение в учете результатов инвентаризации нематериальных активов.
- 16 . Регистры по учету нематериальных активов.
- 17 . Отчетность по нематериальным активам. Понятие, классификация и оценка долгосрочных инвестиций.
- 18 .Учет долгосрочных инвестиций в капитальное строительство.
- 19 . Учет при подрядном способе строительства.
- 20 .Учет при хозяйственном способе строительства.
- 21 .Учет оборудования, требующего монтажа.
- 22 .Учет источников финансирования долгосрочных инвестиций.
- 23 .Учет законченного строительства.
- 24 .Назовите задачи бухгалтерского учета долгосрочных инвестиций.
- 25 .Как производится оценка долгосрочных инвестиций?
- 26 .Дайте характеристику счета 08 «Вложения во внеоборотные активы».

**Задания 2 типа**

1. Какой документ в бухгалтерском учете устанавливает правила формирования информации о нематериальных активах?
2. В чем состоит необходимость выделения нематериальных активов как обособленного объекта учета?
- 3 .Какова классификация нематериальных активов?
- 4 .Что такое деловая репутация организации?
- 5 .Каким критериям должны отвечать объекты при отнесении их к нематериальным активам?
- 6 .Какие документы подтверждают права на объекты интеллектуальной

собственности?

7. Какая первичная документация применяется для учета наличия и движения нематериальных активов?

8. Как организуется синтетический учет поступления нематериальных активов?

9. В чем особенности учета начисления амортизации по нематериальным активам?

10. По каким нематериальным активам не начисляется амортизация?

11. Каковы особенности учета начисления амортизации по деловой репутации?

12. Как отражаются в учете затраты на строительство объектов основных средств подрядным способом?

13. Как отражаются в учете затраты на строительство объектов основных средств хозяйственным способом?

14. Каков порядок отражения в учете оборудования, требующего и не требующего монтажа?

15. Как ведется учет использования кредитов и займов, полученных на финансирование долгосрочных инвестиций?

16. Как учитываются средства, полученные на финансирование долгосрочных инвестиций из бюджета и внебюджетных фондов на возвратной и безвозвратной основе?

17. Что такое калькуляция и как она осуществляется?

18. Для чего необходима классификация затрат?

19. По каким признакам строится классификация учета производственных затрат?

20. Какие методы учета затрат влияют на финансовые результаты организации?

21. Как влияет на финансовый результат порядок списания общехозяйственных расходов?

22. Что такое себестоимость?

23. Какие затраты относят к прямым, а какие – к косвенным?

24. Какова система счетов учета производственных затрат?

25. Какие показатели могут служить базой для распределения косвенных расходов?

26. Какие субсчета имеет счет 23 «Вспомогательные производства»?

27. Почему фактическая себестоимость готовой продукции может быть исчислена только в конце отчетного периода?

28. Какие существуют методы исчисления себестоимости?

29. Имеет ли остаток на начало и конец отчетного периода счет 28 «Брак в производстве»?

30. Каковы направления списания затрат вследствие брака в производстве?

31. Какие затраты относятся к общепроизводственным расходам?

### ***Задания 3 типа***

**Поясните этапы выполнения задания учебной практики в соответствии с представленным отчетом**

1. Расскажите, в каком порядке вы осуществляли бухгалтерские проводки?
2. Расскажите, как Вы формировали справочник Контрагентов в компьютерной бухгалтерской программе?
3. Расскажите, как Вы отражали на счетах операции по продаже материалов?
4. Расскажите, как Вы отражали на счетах операции по движению денежных средств?
5. Расскажите, как вы проводили оформление бухгалтерскими документами выпуск готовой продукции из производства на склад организации?
6. Расскажите, как Вы отражали на счетах операции по учету основных средств?
7. Расскажите, как Вы определяли сумму иностранной валюты в рублях, взяв официальный курс доллара из справочника в программе Консультант Плюс?

## 1. ПРИЛОЖЕНИЯ

(комплект отчетной документации в случае, если обучающийся проходит практическую подготовку на базе профильного структурного подразделения Университета «Синергия»)



### Приложение 1.1. Шаблон оформления индивидуального задания

Негосударственное образовательное частное  
учреждение  
высшего образования  
«Московский университет «Синергия»

**УТВЕРЖДАЮ**  
Декан факультета  
\_\_\_\_\_

Университета «Синергия»

\_\_\_\_\_

(подпись)

(И.О. Фамилия)

Специальность

:

\_\_\_\_\_

(код и наименование специальности)

М.П.

### Индивидуальное задание

по \_\_\_\_\_ практике  
(наименование вида практики)

по профессиональному модулю ПМ.ХХ \_\_\_\_\_  
(наименование профессионального модуля)

обучающегося группы \_\_\_\_\_  
(шифр)

\_\_\_\_\_

(Ф.И.О. обучающегося)

№ п/п	Виды работ	Период выполнения работ <sup>2</sup>
1.	<b>Ознакомительная лекция, включая инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов.</b> Пройти инструктивное совещание с руководителем практической подготовки от Образовательной организации, на котором ознакомиться с кругом обязанностей по определенным видам работ, связанным с будущей профессиональной деятельностью, а также уточнить правила в отношении субординации, внешнего вида, внутреннего трудового распорядка и режима конфиденциальности. Пройти инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов (в случае медицинских противопоказаний к выполнению определенных видов деятельности – принести подтверждающую	<i>Первый день практической подготовки</i>

<sup>2</sup> Сроки организации практической подготовки определяются учебным планом в соответствии с календарным учебным графиком.


	справку из медицинского учреждения).	
2.	<p><b>Изучение организационной структуры исследуемой организации – объекта прохождения практики.</b></p> <p>Знакомство с профилем деятельности исследуемой организации в целом и со структурой подразделения прохождения практики.</p> <p>Изучение нормативных документов, регламентирующих деятельность исследуемой организации.</p> <p>....</p> <p>....</p> <p>....</p>	<p><i>Со второго по предпоследний день практической подготовки</i></p>
3.	<p><b>Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников.</b></p> <p>....</p> <p>....</p> <p>....</p>	
4.	<p><b>Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых умений и практического опыта работы по специальности в рамках освоения вида деятельности ВД Х.</b></p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>....</p> <p>....</p> <p>....</p>	
5.	<p><b>Обработка и систематизация полученного фактического материала.</b></p> <p>С целью подготовки к сдаче экзамена по модулю/ экзамена квалификационного по профессиональному модулю ПМ.ХХ _____ осуществить комплексный анализ результатов выполненных видов работ, оформить презентационные материалы, разработать свои предложения и рекомендации на основе сравнения полученных в процессе обучения теоретических знаний с навыками, полученными в период прохождения практики.</p>	<p><i>Предпоследний день практической подготовки</i></p>
6.	<p><b>Оформление отчетных документов о прохождении практики и экспертная оценка результатов ее прохождения.</b></p> <p><i>Оформить отчет о прохождении практики</i> в формате презентации PowerPoint, содержащий базовую и информационно-вспомогательную информацию, согласно структуре, указанной в настоящем индивидуальном задании.</p> <p>Разместить полностью оформленный комплект отчетной документации по практике в электронной информационно-образовательной среде Университета «Синергия» на платформе lms.synergy.ru руководителю практики от Образовательной организации для экспертной оценки результатов ее прохождения.</p>	<p><i>Последний день практической подготовки</i></p>

Обучающийся индивидуальное задание получил(а): \_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_ (расшифровка)

## Приложение 1.2.

Шаблон оформления отчета о прохождении практики, содержащего базовую и информационно-вспомогательную информацию согласно структуре, указанной в индивидуальном задании

 УНИВЕРСИТЕТ  
СИНЕРГИЯ

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»  
Факультет \_\_\_\_\_  
Кафедра \_\_\_\_\_

**ОТЧЕТ**  
о прохождении \_\_\_\_\_ практики  
по профессиональному модулю ПМ.ХХ  
в период с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
Специальность ХХ.ХХ.ХХ \_\_\_\_\_

ФИО обучающегося: \_\_\_\_\_  
Группа: \_\_\_\_\_  
ФИО Руководителя: \_\_\_\_\_



## Содержание

1. Инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов
2. Изучение организационной структуры исследуемого предприятия
3. Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников
4. Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых знаний, умений и практического опыта работы по специальности в рамках освоения вида деятельности ВД Х. \_\_\_\_\_
5. Обработка и систематизация полученного фактического материала



**Аттестационный лист**

\_\_\_\_\_,  
(Ф.И.О. обучающегося)  
обучающий(ая)ся группы \_\_\_\_\_ по специальности **XX.XX.XX** \_\_\_\_\_,  
(шифр) (код и наименование специальности)  
успешно прошел(ла) \_\_\_\_\_ практику по профессиональному модулю  
(наименование вида практики)  
**ПМ.XX** \_\_\_\_\_  
(наименование профессионального модуля)  
в объеме \_\_\_\_\_ часов<sup>3</sup> с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года по «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года<sup>4</sup>.

**I. Заключение-анализ результатов освоения программы практики:**

**Индивидуальное задание по \_\_\_\_\_ практике**  
(наименование вида практики)  
**по профессиональному модулю ПМ.XX \_\_\_\_\_ обучающимся**  
(наименование профессионального модуля)

(нужное отметить ✓):

- выполнено;
- выполнено не в полном объеме;
- не выполнено;

**Работа с источниками информации (нужное отметить ✓):**

**Обучающийся:**

- осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена по модулю;
- осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые частично могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена по модулю;
- не осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, или данные материалы не могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена по модулю;

**Владение материалом по \_\_\_\_\_ практике (нужное отметить ✓):**  
(наименование вида практики)

**Обучающийся:**

- умело анализирует полученный во время практики материал;
- анализирует полученный во время практики материал;
- недостаточно четко и правильно анализирует полученный во время практики материал;
- неправильно анализирует полученный во время практики материал;

**Задачи, поставленные на период \_\_\_\_\_ практики,**  
(наименование вида практики)

**обучающимся (нужное отметить ✓):**

<sup>3</sup> Объем часов указывается из расчета 36 часов в неделю. Например, определен срок организации практической подготовки – 2 недели, что составляет 72 часа.

<sup>4</sup> Сроки организации практической подготовки определяются учебным планом в соответствии с календарным учебным графиком.

- решены в полном объеме;
- решены в полном объеме, но не полностью раскрыты;
- решены частично, нет четкого обоснования и детализации;
- не решены;

**Спектр выполняемых обучающимся функций в период прохождения**  
 \_\_\_\_\_ **практики области профессиональной деятельности**

*(наименование вида практики)*

**по профессиональному модулю ПМ.ХХ \_\_\_\_\_ (нужное отметить ✓):**

*(наименование профессионального модуля)*

- соответствует;
- в основном соответствует;
- частично соответствует;
- не соответствует;

**Оформление обучающимся отчета по \_\_\_\_\_ практике**

*(наименование вида практики)*

**(нужное отметить ✓):**

- отчет о прохождении практики оформлен правильно;
- отчет о прохождении практики оформлен с незначительными недостатками;
- отчет о прохождении практики оформлен с недостатками;
- отчет о прохождении практики оформлен неверно;

**В соответствии с видами работ, предусмотренными рабочей программой профессионального модуля ПМ.ХХ \_\_\_\_\_, обучающийся**

*(наименование профессионального модуля)*

**продемонстрировал следующий уровень владения общими компетенциями:**

- высокий;
- средний;
- низкий;

**В соответствии с видами работ, предусмотренными рабочей программой профессионального модуля ПМ.ХХ \_\_\_\_\_, обучающийся**

*(наименование профессионального модуля)*

**продемонстрировал следующий уровень владения профессиональными компетенциями:**

- высокий;
- средний;
- низкий.

*Примечание:*

- Высокий уровень – обучающийся уверенно демонстрирует готовность и способность к самостоятельной профессиональной деятельности не только в стандартных, но и во внештатных ситуациях.
- Средний уровень – обучающийся выполняет все виды профессиональной деятельности в стандартных ситуациях уверенно, добросовестно, эффективно.
- Низкий уровень – при выполнении профессиональной деятельности обучающийся нуждается во внешнем сопровождении и контроле.

## **II. Критерии и показатели оценивания результатов прохождения практики:**

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование показателя</b>	<b>Максимальное количество баллов</b>	<b>Оценка качества выполнения каждого вида работ (в баллах)</b>
<b>1. Качество подобранного материала для проведения анализа</b>			

1.1.	Наличие источников информации в соответствии с индивидуальным заданием	5	
1.2.	Наличие актуальных первичных данных, материалов	5	
<b>2. Качественная оценка проведенного анализа источников и собранных материалов</b>			
2.1.	Выполнение требований к содержательной части отчета, соответствие видов работы индивидуальному заданию	20	
2.2.	Оценка степени самостоятельности проведенного анализа	20	
2.3.	Оценка качества проведенного анализа собранных материалов, данных	20	
<b>3. Выполнение общих требований к проведению практики</b>			
3.1.	Выполнение требований к экспериментально-практической работе в рамках освоения вида деятельности ВД Х. _____ _____	20	
3.2.	Выполнение требований к оформлению отчета по практике, содержащего базовую и информационно-вспомогательную информацию по итогам ее прохождения	10	
	<b>Итого:</b>	100	

Замечания руководителя практики от Образовательной организации:

---



---



---



---



---

Руководитель практики  
от Образовательной организации

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

## 2. ПРИЛОЖЕНИЯ

(комплект отчетной документации в случае, если обучающийся проходит практическую подготовку на базе Профильной организации)



### Приложение 2.1.

Шаблон оформления индивидуального задания

Негосударственное образовательное частное  
учреждение  
высшего образования  
«Московский университет «Синергия»

**УТВЕРЖДАЮ**

Декан \_\_\_\_\_  
Университета «Синергия»

(подпись)

(И.О. Фамилия)

Специальность

:

\_\_\_\_\_

(код и наименование специальности)

М.П.

### Индивидуальное задание

по \_\_\_\_\_ практике  
(наименование вида практики)

по профессиональному модулю ПМ.ХХ \_\_\_\_\_  
(наименование профессионального модуля)

обучающегося группы \_\_\_\_\_  
(шифр)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. обучающегося)

№ п/п	Виды работ	Период выполнения работ <sup>5</sup>
7.	<p><b>Ознакомительная лекция, включая инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов.</b></p> <p>Пройти инструктивное совещание с ответственным лицом (руководителем) от Профильной организации, на котором ознакомиться с кругом обязанностей по определенным видам работ, связанным с будущей профессиональной деятельностью, а также уточнить правила в отношении субординации, внешнего вида, внутреннего трудового распорядка и режима конфиденциальности.</p> <p>Пройти инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов (в случае медицинских противопоказаний к выполнению определенных видов деятельности – принести подтверждающую справку из медицинского учреждения).</p>	<p><i>Первый день практической подготовки</i></p>

<sup>5</sup> Сроки организации практической подготовки определяются учебным планом в соответствии с календарным учебным графиком.

8.	<p><b>Изучение организационной структуры Профильной организации – базы прохождения практики.</b>          Знакомство с профилем деятельности организации в целом и со структурой подразделения прохождения практики.          Изучение нормативных документов, регламентирующих деятельность Профильной организации.          ....          ....          ....</p>	
9.	<p><b>Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников.</b>          ....          ....          ....</p>	<p><i>Со второго по предпоследний день практической подготовки</i></p>
10.	<p><b>Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых умений и практического опыта работы по специальности в рамках освоения вида деятельности ВД X.</b>          _____          _____          ....          ....          ....</p>	
11.	<p><b>Обработка и систематизация полученного фактического материала.</b>          С целью подготовки к сдаче экзамена по модулю/ экзамена квалификационного по профессиональному модулю ПМ.ХХ _____ осуществить комплексный анализ результатов выполненных видов работ, оформить презентационные материалы, разработать свои предложения и рекомендации на основе сравнения полученных в процессе обучения теоретических знаний с навыками, полученными в период прохождения практики.</p>	<p><i>Предпоследний день практической подготовки</i></p>
12.	<p><b>Оформление отчетных документов о прохождении практики и экспертная оценка результатов ее прохождения.</b>  <i>Оформить отчет о прохождении практики</i> в формате презентации PowerPoint, содержащий базовую и информационно-вспомогательную информацию, согласно структуре, указанной в настоящем индивидуальном задании.  <i>Оформить справку</i>, заверенную подписью и печатью (при наличии) ответственного лица от Профильной организации, содержащую сведения о прохождении практики.          Разместить полностью оформленный комплект отчетной документации по практике в электронной информационно-образовательной среде Университета «Синергия» на платформе lms.synergy.ru руководителю практики от Образовательной организации для экспертной оценки результатов ее прохождения.</p>	<p><i>Последний день практической подготовки</i></p>


Обучающийся индивидуальное задание получил(а): \_\_\_\_\_

(подпись)

(расшифровка)

## Приложение 2.2.


Шаблон оформления отчета о прохождении практики,  
содержащего базовую и информационно-  
вспомогательную информацию  
согласно структуре,  
указанной в индивидуальном задании

 **УНИВЕРСИТЕТ  
СИНЕРГИЯ**

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»  
Факультет \_\_\_\_\_  
Кафедра \_\_\_\_\_

**ОТЧЕТ**  
о прохождении \_\_\_\_\_ практики  
по профессиональному модулю ПМ.ХХ  
в период с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
Специальность ХХ.ХХ.ХХ \_\_\_\_\_

ФИО обучающегося: \_\_\_\_\_  
Группа: \_\_\_\_\_  
ФИО Руководителя: \_\_\_\_\_



## Содержание

1. Инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов
2. Изучение организационной структуры исследуемого предприятия
3. Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников
4. Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых знаний, умений и практического опыта работы по специальности в рамках освоения вида деятельности ВД Х. \_\_\_\_\_
5. Обработка и систематизация полученного фактического материала



## Аттестационный лист

\_\_\_\_\_,  
(Ф.И.О. обучающегося)  
обучающий(ая)ся группы \_\_\_\_\_ по специальности **XX.XX.XX** \_\_\_\_\_,  
(шифр) (код и наименование специальности)  
успешно прошел(ла) \_\_\_\_\_ практику по профессиональному модулю  
(наименование вида практики)  
**ПМ.XX**  
(наименование профессионального модуля)  
в объеме \_\_\_\_\_ часов<sup>6</sup> с « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ года по « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ года<sup>7</sup>.

**I. Заключение-анализ результатов освоения программы практики:**

Индивидуальное задание по \_\_\_\_\_ практике по  
(наименование вида практики)  
Профессиональному модулю ПМ.XX \_\_\_\_\_ обучающимся  
(наименование профессионального модуля)

(нужное отметить ✓):

- выполнено;
- выполнено не в полном объеме;
- не выполнено;

**Работа с источниками информации (нужное отметить ✓):**

**Обучающийся:**

- осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена по модулю/ экзамена квалификационного;
- осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые частично могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена по модулю/ экзамена квалификационного;
- не осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, или данные материалы не могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена по модулю/ экзамена квалификационного;

**Владение материалом по \_\_\_\_\_ практике (нужное отметить ✓):**  
(наименование вида практики)

**Обучающийся:**

- умело анализирует полученный во время практики материал;
- анализирует полученный во время практики материал;
- недостаточно четко и правильно анализирует полученный во время практики материал;
- неправильно анализирует полученный во время практики материал;

**Задачи, поставленные на период \_\_\_\_\_ практики,**  
(наименование вида практики)

**обучающимся (нужное отметить ✓):**

- решены в полном объеме;
- решены в полном объеме, но не полностью раскрыты;
- решены частично, нет четкого обоснования и детализации;

<sup>6</sup> Объем часов указывается из расчета 36 часов в неделю. Например, определен срок организации практической подготовки – 2 недели, что составляет 72 часа.

<sup>7</sup> Сроки организации практической подготовки определяются учебным планом в соответствии с календарным учебным графиком.

не решены;

**Спектр выполняемых обучающимся функций в период прохождения практики области профессиональной**

\_\_\_\_\_ (наименование вида практики)

**деятельности по профессиональному модулю ПМ.ХХ**

\_\_\_\_\_ (наименование профессионального модуля)

(нужное отметить ✓):

- соответствует;
- в основном соответствует;
- частично соответствует;
- не соответствует;

**Оформление обучающимся отчета по \_\_\_\_\_ практике**

\_\_\_\_\_ (наименование вида практики)

(нужное отметить ✓)

- отчет о прохождении практики оформлен правильно;
- отчет о прохождении практики оформлен с незначительными недостатками;
- отчет о прохождении практики оформлен с недостатками;
- отчет о прохождении практики оформлен неверно;

**В соответствии с видами работ, предусмотренными рабочей программой профессионального модуля ПМ.ХХ \_\_\_\_\_,**

\_\_\_\_\_ (наименование профессионального модуля)

**обучающийся продемонстрировал следующий уровень владения общими компетенциями:**

- высокий;
- средний;
- низкий;

**В соответствии с видами работ, предусмотренными рабочей программой профессионального модуля ПМ.ХХ \_\_\_\_\_,**

\_\_\_\_\_ (наименование профессионального модуля)

**обучающийся продемонстрировал следующий уровень владения профессиональными компетенциями:**

- высокий;
- средний;
- низкий.

*Примечание:*

Высокий уровень – обучающийся уверенно демонстрирует готовность и способность к самостоятельной профессиональной деятельности не только в стандартных, но и во внештатных ситуациях.

Средний уровень – обучающийся выполняет все виды профессиональной деятельности в стандартных ситуациях уверенно, добросовестно, эффективно.

Низкий уровень – при выполнении профессиональной деятельности обучающийся нуждается во внешнем сопровождении и контроле.

## **II. Критерии и показатели оценивания результатов прохождения практики:**

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование показателя</b>	<b>Максимальное количество баллов</b>	<b>Оценка качества выполнения каждого вида работ (в баллах)</b>
<b>4. Качество выбранного материала для проведения анализа</b>			
1.1.	Наличие источников информации в соответствии с индивидуальным заданием	5	
1.2.	Наличие актуальных первичных данных, материалов	5	

<b>5. Качественная оценка проведенного анализа источников и собранных материалов</b>			
2.1.	Выполнение требований к содержательной части отчета, соответствие видов работы индивидуальному заданию	20	
2.2.	Оценка степени самостоятельности проведенного анализа	20	
2.3.	Оценка качества проведенного анализа собранных материалов, данных	20	
<b>6. Выполнение общих требований к проведению практики</b>			
3.1.	Выполнение требований к экспериментально-практической работе в рамках освоения вида деятельности ВД Х. _____ _____	20	
3.2.	Выполнение требований к оформлению отчета по практике, содержащего базовую и информационно-вспомогательную информацию по итогам ее прохождения	10	
	<b>Итого:</b>	100	

Замечания руководителя практики от Образовательной организации:

---



---



---



---

Руководитель практики

от Образовательной организации

---

(Ф.И.О.)

(подпись)

Декану факультета \_\_\_\_\_

Университета «Синергия»

Фамилия И.О.

от \_\_\_\_\_

(Ф.И.О. ответственного лица  
от Профильной организации)

## СПРАВКА<sup>8</sup>

Дана \_\_\_\_\_ в том, что  
(Ф.И.О. обучающегося полностью)  
он(а) действительно проходил(а) \_\_\_\_\_  
(наименование вида практики)  
(\_\_\_\_\_ недели) в  
(количество недель)  
\_\_\_\_\_  
(наименование Профильной организации)

с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
Обучающийся(ая) \_\_\_\_\_ успешно прошел(а)  
(фамилия, инициалы обучающегося)

инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов, после чего был(а) допущен(а) к выполнению определенных индивидуальным заданием видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

К должностным обязанностям и поставленным задачам в соответствии с индивидуальным заданием практикант относился добросовестно, проявляя интерес к работе. Порученные задания выполнил в полном объеме в установленные программой практики сроки.

**Ответственное лицо от  
Профильной организации**

М.П. (при наличии)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

<sup>8</sup> Справка оформляется на фирменном бланке Профильной организации (при наличии).

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

**Рабочая программа  
профессионального модуля  
ПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования  
рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»  
(МДК.02.01 Стратегическое планирование в рекламе;  
МДК.02.02 Медиапланирование и рекламная аналитика;  
ПП.02.01 Производственная практика;  
ПМ.02.ЭК Экзамен по модулю)**

**Специальность: 42.02.01 Реклама**

**Квалификация выпускника: *специалист по рекламе***

**Форма обучения: *очная***

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ ПМ.02.....	3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПМ.02.....	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПМ.02 .....	19
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПМ.02 .....	29
5. ПРИЛОЖЕНИЯ.....	46

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

### 1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, Приказ об утверждении ФГОС № 552 от 21.07.2023 г. и является частью образовательной программы по специальности в части освоения основного вида деятельности: «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий».

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

**В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:**

***знать:***

- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;
- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;
- методы работы в профессиональной и смежных сферах;
- структура плана для решения задач;
- порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.

***уметь:***

- распознавать задачу, проблему в профессиональном и социальном контексте;
- анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;
- правильно выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;
- составить план действия.
- определить необходимые ресурсы;
- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
- реализовать составленный план;
- оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).

## **Цели и задачи производственной практики**

**Цель производственной практики** – комплексное освоение студентами основного вида деятельности «Разработка отдельных архитектурных и объемно-планировочных решений в составе проектной документации», по специальности 42.02.01 Реклама, формирование общих и профессиональных компетенций в рамках профессионального модуля «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий», а также приобретение необходимых умений и опыта практической работы студентами.

### ***Задачи производственной практики:***

Формирование у студентов практических профессиональных умений в рамках профессионального модуля в соответствии с действующим ФГОС по специальности. Приобретение первоначального практического опыта в рамках профессионального модуля;

Систематизация, обобщение закрепление и углубление знаний и умений в рамках профессионального модуля.

### **1.3. Результаты освоения профессионального модуля**

<b>Код компетенции</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
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
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и

<b>Код компетенции</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
	иностранном языках
ПК 1.1	Подготавливать исходные данные для проектирования, в том числе для разработки отдельных архитектурных и объемно-планировочных решений
ПК 1.2	Разрабатывать отдельные архитектурные и объемно-планировочные решения в составе проектной и рабочей документации
ПК 1.3	Вносить изменения в проектную и рабочую документацию отдельных архитектурных решений в соответствии с требованиями заказчика и уполномоченных организаций

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО  
МОДУЛЯ ПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического и  
тактического планирования рекламных и коммуникационных  
кампаний, акций и мероприятий»  
(МДК.02.01 Стратегическое планирование в рекламе  
МДК.02.02 Медиапланирование и рекламная аналитика)**

**2.1. Объем профессионального модуля**

<b>Наименование</b>	<b>квалификация</b>
	<b>специалист по рекламе</b>
	<b>часов</b>
<b>Всего по ПМ.02, в том числе</b>	<b>262</b>
МДК.02.01, с преподавателем	56
МДК.02.02, с преподавателем	56
<b>Производственная практика</b>	<b>108</b>
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>24</b>
<b>Экзамен по модулю</b>	<b>18</b>

## 2.2. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования МДК и практик профессионального модуля	Объем профессионального модуля, ч.							Практика, ч	
		Объём ОП, ч.	Учебная нагрузка обучающихся, ч.			Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа		Учебная	Производственная	
			всего	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия	в т.ч., курсовая проект (работа)	в т.ч. консультации	всего			в т.ч., курсовой проект (работа)
ОК 02, ПК 2.1	МДК.02.01 Стратегическое планирование в рекламе	68	56	28			12			
ОК 01, ПК 2.2	МДК.02.02 Медиапланирование и рекламная аналитика	68	56	28			12			
ОК 01 – ОК 09, ПК 2.1, ПК 2.2	Производственная практика	108								108
	Экзамен по модулю	18								
ОК 01 – ОК 09, ПК 2.1, ПК 2.2	Всего:	262	112	56			24			108

## 2.3. Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	ТКУ, ПА, Баллы
МДК 02.01 Стратегическое планирование в рекламе		68	100
<i>5 семестр</i>			
<b>Тема 1</b> <b>Введение в дисциплину.</b> <b>Теоретические и методологические основы стратегического планирования</b>  Формируемые компетенции ОК 02, ПК 2.1	<b><i>Содержание учебного материала</i></b>	7	
	Понятия стратегии и планирования. Эволюция внутрифирменного планирования (бюджетно-финансовое планирование, долгосрочное планирование, стратегическое планирование). Сравнительные характеристики моделей планирования. Интернет-проекты	7	
	<b><i>Практическое занятие</i></b>	7	<b>20</b>
	<i>Ситуационный практикум №1:</i> <i>На рынок выводят новый продукт</i> <i>Анализ рынка и выявление трендов. Сделать краткое описание рынка. Ответить на вопросы: как выявление трендов связано со стратегическим планированием?</i> <i>Сегментирование. Описать категорию и подкатеорию для нового продукта. Ответить на вопрос: чем макросегментирование</i> Допустимо объединиться в пару, если у обоих студентов одинаковая ЦА. 1. Анализ рынка и выявление трендов. Сделать краткое описание рынка в 2-3 предложениях. Информацию взять из презентации. Ответить на вопросы: как выявление трендов связано со стратегическим планированием? 2. Сегментирование. Описать категорию и подкатеорию для нового продукта.	7	20
	<b><i>Самостоятельная работа</i></b>	3	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	ТКУ, ПА, Баллы
	Сравнительные характеристики моделей планирования. Управление проектами в системе стратегического планирования.	3	
<b>Тема 2.</b> <b>Стратегическое планирование в организациях</b>  Формируемые компетенции ОК 02, ПК 2.1	<i>Содержание учебного материала</i>	7	
	Основные признаки стратегического планирования. Концептуальная схема стратегического планирования. Уровни стратегического планирования. Стратегии. Корпоративная (определение бизнес-портфеля). Бизнес-стратегии (развитие бизнес-единиц портфеля). Функциональные стратегии (ресурсы развития: маркетинг, инвестиции, инновации, кадры, производство). Стратегии комплекса маркетинга-микс в модели 4P (ассортимент, ценообразование, дистрибуция, продвижение).	7	
	<i>Практическое занятие</i>	7	<b>20</b>
	<i>Ситуационный практикум №2</i> 1. Провести описание рынка для нового продукта по Ф.Котлеру. Сделать это для закреплённой за студентом целевой аудиторией.  2. Составить анкету для изучения на фокус-группе отношения целевой аудитории к новому продукту.	7	20
	<i>Самостоятельная работа:</i>	3	
Особенности стратегического планирования на промышленных предприятиях, в сфере услуг, в сфере продажи товаров, в рекламных, PR и Digital агентствах	3		
<b>Тема 3.</b> <b>Стратегический анализ</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	7	
	Структура стратегического анализа. Анализ макросреды и групп влияния.	7	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	ТКУ, ПА, Баллы
Формируемые компетенции ОК 02, ПК 2.1	Элементы отраслевого анализа. Алгоритм выделения стратегических групп конкурентов. Анализ конкурентной среды, конкурентной позиции, конкурентов. Модель пяти сил конкуренции М.Портера. SWOT-анализ как информационная основа перебора стратегических альтернатив.		
	<i>Практическое занятие</i>	7	
	<i>Ситуационный практикум №3:</i> 3. Определить архитектуру для нового выводимого на закрепленную ЦА бренда по Д.Аакеру. Обосновать. Имя бренда не разрабатываем. 4. Выбрать и обосновать стратегии сегментации для маркетинга-микс: целевой рынок, товар, цена, сбыт, продвижение, упор в стратегии. Ответить на вопрос: как стратегия сегментирования применяется в интернет-маркетинге?	7	20
	<i>Самостоятельная работа:</i>	3	
	Стратегическая зона хозяйствования. Подходы к формированию матриц: табличный, координатный, логический. Эффект синергизма. Интернет как источник информации для проведения стратегического анализа.	3	
Тема 4. Конкурентные и маркетинговые стратегии.  Формируемые компетенции ОК 02, ПК 2.1	<i>Содержание учебного материала</i>	7	
	Стратегии конкурентной борьбы. Уровни стратегии. Стратегии лидера рынка. Стратегии претендентов на лидерство. Стратегии последователя. Стратегии нишевика. Достижение баланса при ориентации на потребителей и конкурентов. Латеральный маркетинг (Ф.Котлер, Т.Беза), стратегии «голубого» и «алого» океана (К.Чан, Р.Моборн).	7	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	ТКУ, ПА, Баллы
	Понятия «дифференциация и сегментация» по Чемберлену.		
	<i>Практическое занятие</i>	7	
	<i>Ситуационный практикум №4:</i> 5. Описать конкурентов (по материалам лекций): товар, цена, упаковка, сбыт, продвижение. 6. Составить карту декларируемых преимуществ нового бренда и определить место бренда для закрепленной за студентом целевой аудитории.	7	
	<i>Самостоятельная работа:</i>	3	
	Стратегии сегментации потребительского рынка с использованием кластерного, факторного анализа и анализа «а ргiоu». Три «М» треугольника уникальности торгового предложения( Market, Message, Media).	3	
<b>МДК 02.02 Медиапланирование и рекламная аналитика</b>		<b>68</b>	<b>100</b>
<i>5 семестр</i>			
<b>Тема 1</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	4	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	ТКУ, ПА, Баллы
<p><b>Определение понятия "медиапланирование", его цели и задачи. Основные носители рекламы и их характеристики</b></p> <p>Формируемые компетенции ОК 01, ПК 2.2</p>	<p>Определение понятия "медиапланирование", его цели и задачи. Основные носители рекламы и их характеристики: 1) функции и цель рекламы, составляющие рекламного процесса и общий алгоритм рекламной кампании, понятие "медиапланирование", структура рекламного агентства; 2) восприятие рекламы в различных СМИ, факторы выбора средств рекламы; характеристики, преимущества и недостатки телевидения, радио, прессы, наружной рекламы, рекламы на / в транспорте и др.</p>	4	30
	<i>Практическое занятие</i>	4	30
	<p><i>Практическое занятие №1</i></p> <p>1. Основываясь на какие факторы, вы будете строить рекламную стратегию? Перечислите.</p> <p>2. Кто является целевой аудиторией рекламы спецодежды? Дайте характеристику.</p> <p>3. Каковы основные этапы вашей стратегии продвижения новой торговой сети?</p> <p>4. Какие средства маркетинговых коммуникаций вы выберете для продвижения спецодежды?</p> <p>5. Определите основные и вспомогательные средства рекламы. Обоснуйте выбор.</p>	4	30
	<i>Самостоятельная работа</i>	2	
	<p><b>Подготовить доклад-презентацию, по одной из представленных тем:</b></p> <p>1. История развития медиапланирования</p> <p>2. Понятия Федерального Закона "О Рекламе"</p> <p>3. Жизненный цикл товара</p>	2	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	ТКУ, ПА, Баллы												
	4. Классификация рекламы. 5. Связь типа рекламы с этапами жизненного 6. цикла товара 7. Маркетинг-микс и комплекс продвижения Медиаисследования: понятие, история и направления.														
<b>Тема 2.</b> <b>Профессиональная программа медиапланирования</b>  Формируемые компетенции ОК 01, ПК 2.2	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>4</b>	<b>40</b>												
	Медиапланирование и его функции. В рамках данной темы важно определить навыки, личные качества необходимые медиапланированию. Показать перспективы роста. Рассмотреть типы рекламных агентств. Уяснить структуру отечественного рынка России.	4	40												
	<i>Практическое занятие</i>	<b>4</b>	<b>40</b>												
	<b>Практическое занятие №2</b> Составить медиакарту для размещения рекламы в печатных СМИ. Объект продвижения – предприятие ООО «N+» г. Москва, специализирующееся на изготовлении и установке натяжных потолков. Для выполнения задания воспользуйтесь представленной далее таблицей. <b>Пример медиакарты печатных СМИ</b> <table border="1" data-bbox="595 1630 1043 2051" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr><td>Название СМИ</td></tr> <tr><td>Статус /Характер</td></tr> <tr><td>Тираж (экз.)</td></tr> <tr><td>Характеристика целевой аудитории</td></tr> <tr><td>Регион распространения</td></tr> <tr><td>Частота выхода</td></tr> <tr><td>Формат</td></tr> <tr><td>Объем</td></tr> <tr><td>Rating</td></tr> <tr><td>Распространение (бесплатно / цена в рознице)</td></tr> <tr><td>Цвет</td></tr> <tr><td>Средняя стоимость одного РС</td></tr> </table>	Название СМИ	Статус /Характер	Тираж (экз.)	Характеристика целевой аудитории	Регион распространения	Частота выхода	Формат	Объем	Rating	Распространение (бесплатно / цена в рознице)	Цвет	Средняя стоимость одного РС	4	40
Название СМИ															
Статус /Характер															
Тираж (экз.)															
Характеристика целевой аудитории															
Регион распространения															
Частота выхода															
Формат															
Объем															
Rating															
Распространение (бесплатно / цена в рознице)															
Цвет															
Средняя стоимость одного РС															

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	ТКУ, ПА, Баллы		
	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="596 412 1043 443">Стоимость 1 контакта</td> </tr> <tr> <td data-bbox="596 443 1043 474">Контент</td> </tr> </table>	Стоимость 1 контакта	Контент		
Стоимость 1 контакта					
Контент					
<p><b>Тема 3</b> <b>Основные этапы медиаланирования</b></p> <p>Формируемые компетенции ОК 01, ПК 2.2</p>	<p><i>Самостоятельная работа:</i></p> <p><b>Подготовить доклад-презентацию, по одной из представленных тем:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные понятия и медиапараметры</li> <li>2. Стратегическое планирование рекламной кампании</li> <li>3. Тактическое планирование рекламной кампании</li> <li>4. Медиабриф</li> </ol> <p>Предмет и тезис коммуникации</p> <p><i>Содержание учебного материала</i></p> <p>Анализ рекламно-маркетинговой ситуации. Составление медиа-брифа. Анализ текущего положения бренда. Изучение целевой аудитории. Особенности медиапланирования: поведение аудитории в течение дня, сезонные характеристики аудитории, охват аудитории в рабочее время, совместное использование нескольких медиа, реклама для высокодоходной группы, планирование для мелких и региональных рекламодателей, зависимость рекламных средств от типа рынков, особенности рекламы некоторых видов товаров, реклама товаров для детей, подростков и молодежи; реклама в прессе и наружке. Разработка медиастратегии рекламной кампании. Параметры продвижения бренда. Определение бюджета, выделяемого на размещение рекламы (медиасплит, медиаобсчет). Тактическое медиапланирование (выбор конкретных средств распространения рекламы; период проведения кампании; формат рекламных сообщений). Медиамикс для рекламной кампании. Выбор масштаба рекламной кампании. Формирование календарного графика</p>	<p><b>2</b></p> <p><b>2</b></p> <p><b>4</b></p> <p><b>4</b></p>			

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	ТКУ, ПА, Баллы
	размещения рекламных сообщений (медиаплан). Медиабаинг. Профессия медиабаер.		
	<i>Практическое занятие</i>	4	
	<i>Практическое занятие №3:</i> Заполнить медиабриф, пользуясь представленной преподавателем структурой.	4	
	<i>Самостоятельная работа:</i>	2	
	<b>Подготовить доклад-презентацию, по одной из представленных тем:</b> 1. Анализ рекламы конкурентов 2. Анализ офлайн рекламы 3. Анализ интернет-рекламы 4. Анализ контекстной рекламы 5. Сервисы для получения сводной информации о сайте 6. Ключевые слова и качество рекламных объявлений 7. Анализ социальных сетей Медиа-карта, медиаплан, бюджет, смета.	2	
<b>Тема 4</b> <b>Основные количественные характеристики медиаплана: расчет показателей и их применение в рекламной практике</b>  Формируемые компетенции ОК 01, ПК 2.2	<i>Содержание учебного материала</i>	4	
	Медиастатистики, описывающие медиаплан. Совокупный рейтинг (GRP, gross rating point) Целевой рейтинг (TRP, target rating point) Охват рекламной кампании (Reach / Cover %) OTS (opportunity to see) Частота рекламного сообщения (Average Frequency) Доля голоса (share of voice, SOV) Медиастатистики, описывающие аудиторию одного медиа события. Рейтинг (Rating). HUT (Households using television). Доля телесмотрения (share). Индекс соответствия (Affinity index). Стоимостные характеристики медиа CPT (cost per thousand) CPP (cost per point) Доля рекламных затрат (share of spend, SOS) Advertising to Sales (A/S) Матрица Остроу (Joseph W. Ostrow)	4	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	ТКУ, ПА, Баллы
	<i>Практическое занятие</i>	4	
	<p><b>Практическое занятие №4:</b>          Выбрать любые периодические печатные СМИ из категории (не менее пяти). Подготовить медиаобсчет и медиаплан на «март, текущего года» для фирмы «Праздник всем!» г.Екатеринбург. «Праздник всем!» специализируется на проведении детских, семейных и корпоративных праздников. Бюджет на рекламу 80 000 руб. В размере модуля ограничений нет (главное вписаться в бюджет). Необходимо обосновать выбор каждого издания. Дать развернутое описание целевой аудитории с учетом специфики деятельности заказчика.          Цель рекламной кампании: обеспечить максимальный охват аудитории со средней частотой контакта с рекламным сообщением 3+.          Требования заказчика: использование только полноцветных рекламоносителей, обеспечивающих качественное отображение фирменного цвета.          При подготовке медиаобсчета необходимо учесть следующие показатели:          – Рейтинг СМИ(%)          – Охват (%)          – Стоимость рекламной площади (руб)          – Стоимость охвата 1% ЦА(руб)          – Предпочтения по охвату (проранжировать от наибольшего к наименьшему)          – Предпочтения по стоимости рекламы          – Предпочтения по стоимости охвата 1%ЦА          – Количество публикаций (распределение делать в соответствии с рейтингом и общим бюджетом)</p>	4	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	ТКУ, ПА, Баллы
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Общий бюджет (руб)</li> <li>- GRP(%)</li> <li>- Частота(F=3+)</li> </ul> Сделать выводы (до 20 предложений).		
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>1</b>	
	Работа с конспектом лекций	1	
<b>Тема 5. Программное обеспечение медиапланирования</b>  Формируемые компетенции ОК 01, ПК 2.2	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	
	Обзор программного обеспечения по медиапланированию. Наиболее известны следующие программные продукты: Galileo, PaloMARS, TV Planet, Super Nova, (TNS Gallup Media). Из менее известных отметим AGB WorkStation (AGB Television), PROBA-Media, CRATE, DataFriend (Comcon), OptiMedia (Клиент Сервис), Медиа-Планер (ExMedia) и др. Достоинства и недостатки.	4	
	<b>Практическое занятие</b>	<b>4</b>	
	<b>Практическое занятие №5</b> Сделать анализ сайта организации. Задание должно быть выполнено в формате PowerPoint. Обязательно графическое сопровождение с пометками, ссылками и выводами.	4	
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>1</b>	
	Работа с конспектом лекций	1	
<b>Тема 6. Характеристики и особенности основных каналов размещения: - Пресса - ТВ - Радио - Internet - Наружная реклама</b>  Формируемые компетенции ОК 01, ПК 2.2	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	
	Реклама в прессе: особенности газетной рекламы. Преимущества и недостатки газет с точки зрения размещения рекламы. Особенности рекламных объявлений в печатных СМИ. Журналы, их преимущества и недостатки с точки зрения размещения рекламы. Радио и телевидение как рекламоносители. Возможности Интернета как рекламоносителя. Средства наружной рекламы, специфика	4	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	ТКУ, ПА, Баллы
	рекламы на транспорте. Директ-мейл и его специфика.		
	<i>Практическое занятие</i>	4	
	<p><i>Практическое занятие №6</i>          Раскрыть содержание каждого вида интернет-рекламы, опираясь на классификацию представленную ниже. Приведите примеры (скриншот + гиперссылка), делайте ссылки на источники.</p> <p>Наиболее распространенной является следующая классификация интернет-рекламы:</p> <p>1. В зависимости от широты охвата целевой аудитории:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Медийная реклама</li> <li>- Контекстная реклама</li> <li>- Медийно-контекстная реклама</li> </ul> <p>2. В зависимости от формы представления информации</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Текстовая</li> <li>- Графическая</li> <li>- Reachмедиа</li> <li>- Pop-up/Pop-under</li> <li>- Интернет –ресурс</li> </ul> <p>3. По типу рекламных площадок</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Поисковая реклама</li> <li>- Почтовые рассылки</li> <li>- Реклама на информационных сайтах общей направленности (новостные, информационные и развлекательные СМИ)</li> <li>- Реклама на сайтах интернет-сервисов</li> <li>- Специализированные информационные сайты.</li> </ul>	4	
	<i>Самостоятельная работа</i>	2	
	Работа с конспектом лекций	2	
<b>Тема 7. Эффективность</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	4	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	ТКУ, ПА, Баллы
<p><b>проведенной рекламной кампании в медиапланировании</b></p> <p>Формируемые компетенции ОК 01, ПК 2.2</p>	<p>Методика исследований эффективности медиаплана и мероприятия по контролю эффективности его исполнения. 1. Определение оценки эффективности средств массовой информации. 2. Проведение предварительного тестирования и параллельное тестирование. 3. Провести оценку отношения к переданному сообщению. 4. Определить методы текущего контроля ситуации на рынке.</p>	4	
	<p><i><b>Практическое занятие</b></i></p>	4	
	<p><i><b>Практическое занятие №7</b></i></p> <p>Предприятие «N+» (г.М), специализирующееся на изготовлении и установке натяжных потолков, в рамках сезонной рекламной кампании (апрель-май) планирует разместить рекламное сообщение о предстоящей акции и соответствующих скидках для населения г.М и областей.</p> <p><b>Требования рекламодателя:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Вид СМИ:</li> <li>– Информационно-рекламные издания; рекламные издания (12+).</li> <li>– География: ...</li> <li>– Распространение: бесплатное –</li> <li><input type="checkbox"/> Тираж: 10 000+</li> <li>– Позиционирование: 1-я полоса; последняя полоса; рубрики «Ремонт», «Все для ремонта», «Натяжные потолки».</li> <li>– Размеры модулей (в соответствии с общей концепцией рекламной кампании): 1/3 полосы (вертикаль) 1/3 полосы (горизонталь) 1/2 полосы (горизонталь)</li> <li>– Цветность: полноцвет, 2 цвета.</li> <li>• Опишите целевую аудиторию.</li> <li>• Обоснуйте выбор каждого рекламного носителя.</li> </ul>	4	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	ТКУ, ПА, Баллы
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Подготовьте медиа-обсчет для рекламодателя с учетом представленных требований и общим объемом рекламной кампании 950 тыс. рублей из них 420-480 тыс. рублей на печатные СМИ.</li> <li>• Для выполнения задания постройте таблицу. Рассчитать стоимость рекламного сообщения за тысячу контактов (СРТ) для каждого печатногоСМИ.</li> </ul>		
	<i>Самостоятельная работа</i>	<b>2</b>	
	Работа с конспектом лекций	2	
<b>Производственная практика (ПП.02.01)</b>		<b>108</b>	
<p>Проанализировать основные элементы комплекса маркетинговых мероприятий. Проанализировать специфику комплекса маркетинга для рекламы.</p> <p>Проанализировать рекламные услуги: классификация, основные формы реализации.</p> <p>Проанализировать рекламный продукт и требования, предъявляемые рынком к нему. Проанализировать особенности изготовления рекламного продукта в зависимости от стратегии рекламной кампании и средств распространения рекламы. Проанализировать проблемы при разработке и изготовлении рекламного продукта.</p> <p>Проанализировать общие принципы ценообразования на рекламную продукцию и рекламные услуги.</p> <p>Проанализировать правовое понятие и признаки рекламной информации. Проанализировать правовую классификация рекламной информации: на аудиторию, по территории распространения, по целевому назначению.</p> <p>Проанализировать общие и специальные требования к рекламе, закрепленные в рекламном законодательстве.</p> <p>Проанализировать правовое регулирование политической и социальной рекламы. Рассмотреть перечень товаров, работ, услуг, которые запрещено рекламировать на территории Российской Федерации.</p> <p>Описать правовые требования, предъявляемые к наружной рекламе. Подготовить правовую характеристику рекламы на транспортных средствах.</p> <p>Проанализировать порядок рассмотрения и разрешения споров сфере рекламы, рассмотрение и разрешение споров в сфере рекламы судами общей юрисдикции, рассмотрение споров в сфере рекламы арбитражными судами, рассмотрение особенностей дел об оспаривании предписаний</p>			<b>100</b> Форма отчетности <sup>1</sup> – отчет по практике

<sup>1</sup> См.Приложения

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	ТКУ, ПА, Баллы
антимонопольных органов.			
Промежуточная аттестация МДК.02.01		-	100 Зачет с оценкой
Промежуточная аттестация МДК.02.02		-	100 Зачет с оценкой
Самостоятельная работа МДК. 02.01		12	-
Самостоятельная работа МДК.02.02		12	-
Производственная практика		108	-
Экзамен по модулю		18	100
<b>Итого</b>		<b>262/24</b>	<b>100*3</b>

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» (МДК.02.01 Стратегическое планирование в рекламе МДК.02.02 Медиапланирование и рекламная аналитика)**

#### **3.1. Материально-техническое обеспечение**

##### **МДК.02.01. Стратегическое планирование в рекламе**

**Учебная аудитория**, для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой: специализированная мебель (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя), технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

**Учебная аудитория** для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации: специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

**Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:** специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол

преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

### **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

#### Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

### **Помещение для организации воспитательной работы**

Оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

## **МДК.02.02 Медиапланирование и рекламная аналитика**

**Учебная аудитория**, для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой: специализированная мебель (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя), технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

**Учебная аудитория** для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации: специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

**Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:** специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

### **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

#### Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

### **Помещение для организации воспитательной работы**

Оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

## **ПП.02.01 Производственная практика**

**Учебный кабинет** для проведения групповых и индивидуальных

*консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации*

Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

**Помещение для организации воспитательной работы**

Оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

### **ПМ.01.ЭК Экзамен по модулю**

*Учебный кабинет для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации*

Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя) и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, мультимедийное оборудование (проектор, экран)):

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

**Помещение для организации воспитательной работы**

Оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

## **3.2. Информационное обеспечение обучения**

***Основная литература:***

1. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. — 2-е изд. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2025. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-2321-3, 978-5-4497-3903-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/145168.html>

### ***Дополнительная литература:***

1. Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект : учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 3-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2024. — 262 с. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/139608.html>

### ***Электронно-библиотечные системы:***

1. Цифровой образовательный ресурс IPR SMART. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/>.

2. Научная электронная библиотека. — URL: <https://www.elibrary.ru/defaultx.asp>.

3. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». — URL: <https://cyberleninka.ru/>.

### ***Современные профессиональные базы данных:***

1. Официальный интернет-портал правовой информации. — URL: <http://pravo.gov.ru/>.

### ***Информационные справочные системы:***

1. Министерство просвещения Российской Федерации. Банк документов. — URL: <https://docs.edu.gov.ru/#activity=106>.

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

Образовательная организация обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения:

### ***Лицензионное программное обеспечение:***

– Операционная система Microsoft Windows;  
– Программное обеспечение Microsoft Office Professional;  
– Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition;

– Антивирусная программа Dr.Web;

– Архиватор;

– Inkscape – векторный графический редактор <https://inkscape.org/ru/о-programme/>;

– Gimp – растровый графический редактор <http://www.progimp.ru/>;

– Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// <https://visualstudio.microsoft.com/ru/vs/community/>).

### ***Информационные ресурсы сети Интернет:***

№	Наименование ресурсов	Ссылка
1	Рекламный совет России	<a href="http://www.a-z.ru/assoc/osr/">www.a-z.ru/assoc/osr/</a>
2	Ассоциация коммуникационных агентств России	<a href="http://www.akarussia.ru/">http://www.akarussia.ru/</a>
3	Сайт о рекламном рынке / AdIndex —	<a href="https://adindex.ru/">https://adindex.ru/</a>

№	Наименование ресурсов	Ссылка
	информационное отраслевое издание о рынке рекламы и маркетинга в России	
4	Сайт Федеральной антимонопольной службы	<a href="http://www.fas.gov.ru">www.fas.gov.ru</a>
5	Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ — Редакция	<a href="https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&amp;documentId=485995&amp;ysclid=m7bpbu67nv984905863">https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&amp;documentId=485995&amp;ysclid=m7bpbu67nv984905863</a>

### 3.3. Организация образовательного процесса

Организации образовательного процесса должны способствовать применяемые в учебных заведениях методы дисциплинарной ответственности преподавателя и учащихся, строгое и систематическое планирование занятий, своевременное их проведение на должном педагогическом уровне.

#### **Порядок проведения учебных занятий по профессиональному модулю ПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»**

**(МДК.02.01 Стратегическое планирование в рекламе**

**МДК.02.02 Медиапланирование и рекламная аналитика**

**ПП.02.01 Производственная практика; ПМ.02.ЭК Экзамен по модулю)  
для инвалидов и лиц с ОВЗ**

Создание доступной среды для инвалидов и лиц с ОВЗ (далее – вместе лица/обучающиеся с ОВЗ) является одним из приоритетных направлений современной социальной политики. Доступное профессиональное образование для лиц с ОВЗ – одно из направлений социальной интеграции данной категории граждан в общество, поскольку образование – наиболее действенный социальный ресурс. Профессиональное образование позволяет лицам с ОВЗ повысить конкурентоспособность на рынке труда, создает основу для равных возможностей, повышает личностный статус.

Содержание рабочей программы профессионального модуля и условия организации обучения по данной рабочей программе профессионального модуля для инвалидов определяются в том числе в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии), для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья - на основе образовательных программ, адаптированных при необходимости для обучения указанных обучающихся (части 1 и 8 статьи 79 Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»).

Обучение по данному профессиональному модулю обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется Университетом

Синергия с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем профессиональной подготовки научно-педагогических работников Университета Синергия, методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации обучающихся с ОВЗ и т.д.

В образовательном процессе по данному профессиональному модулю используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Технологии, используемые в работе с обучающимися с ОВЗ, учитывают индивидуальные особенности лиц с ОВЗ.

Все образовательные технологии применяются как с использованием универсальных, так и специальных информационных и коммуникационных средств, в зависимости от вида и характера ограниченных возможностей здоровья данной категории обучающихся.

При наличии в Университете Синергия лиц с ОВЗ образовательная деятельность по данному профессиональному модулю проводится:

- в форме контактной работы обучающихся с ОВЗ с педагогическими работниками Университета Синергия и (или) лицами, привлекаемыми Университетом Синергия к реализации данного профессионального модуля на иных условиях (далее – контактная работа). Контактная работа может быть аудиторной, внеаудиторной;

- в форме самостоятельной работы обучающихся с ОВЗ;

- в иных формах, определяемых Университетом Синергия в соответствии с его локальным нормативным актом, содержащим нормы, регулирующие образовательные отношения в части установления порядка организации контактной работы преподавателя с обучающимися.

Конкретные формы и виды самостоятельной работы обучающихся с ОВЗ устанавливаются преподавателем. Выбор форм и видов самостоятельной работы обучающихся с ОВЗ осуществляется с учетом их способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала. Формы самостоятельной работы устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге или на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся с ОВЗ предоставляется дополнительное время для консультаций и выполнения заданий.

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

При обучении по данному профессиональному модулю обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, обучающихся с ОВЗ в Университете Синергия созданы фонды оценочных средств, адаптированные для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в ОП результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Текущий контроль успеваемости осуществляется преподавателем и/или обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, а также при выполнении индивидуальных работ и домашних заданий, или в режиме тренировочного тестирования в целях получения информации о выполнении обучаемым требуемых действий в процессе учебной деятельности; правильности выполнения требуемых действий; соответствии формы действия данному этапу усвоения учебного материала; формировании действия с должной мерой обобщения, освоения (в том числе автоматизированности, быстроты выполнения) и т.д. Текущий контроль успеваемости для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья имеет большое значение, поскольку позволяет своевременно выявить затруднения и отставание в обучении и внести коррективы в учебную деятельность.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на мероприятиях промежуточной аттестации.

Во исполнение приказов Минобрнауки России от 09.11.2015 № 1309 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи», от 02.12.2015 № 1399 «Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») Министерства образования и науки Российской Федерации по повышению значений показателей доступности для инвалидов объектов и предоставляемых на них услуг в сфере образования»), письма Минобрнауки России от 12.02.2016 № ВК-270/07 «Об обеспечении условий доступности для инвалидов объектов и услуг в сфере образования» проведены обследование объектов Университета Синергия и услуг в сфере образования, оказываемых ему, на предмет их доступности для лиц с ОВЗ, и паспортизация его зданий.

На основе Паспорта доступности для инвалидов объекта и предоставляемых на нем услуг в сфере образования, разработанного по форме согласно письму Минобрнауки России от 12.02.2016 № ВК-270/07, согласованного с общественной организацией Всероссийского общества инвалидов, утверждён план действий Университета Синергия по повышению значений показателей доступности для инвалидов его объектов и услуг в

сфере образования, оказываемых им (Дорожная карта), на период до 2030 г. По итогам проведенной паспортизации Университет Синергия признан условно доступным для лиц с ограниченными возможностями здоровья, что является достаточным основанием для возможности пребывания указанных категорий граждан в Университете Синергия и предоставления им образовательных услуг с учетом дальнейшего увеличения степени его доступности на основе реализации мероприятий Дорожной карты.

Создание безбарьерной среды Университета Синергия учитывает потребности следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с нарушениями зрения;
- с нарушениями слуха;
- с ограничением двигательных функций.

Обеспечение доступности, прилегающей к Университету Синергия территории, входных путей, путей перемещения внутри здания для различных нозологий.

Территория Университета Синергия соответствует условиям беспрепятственного, безопасного и удобного передвижения маломобильных студентов, обеспечения доступа к зданиям и сооружениям, расположенным на нем. Обеспечено доступность путей движения, наличие средств информационно-навигационной поддержки, дублирование лестниц подъемными устройствами, оборудование лестниц поручнями, контрастная окраска дверей и лестниц, выделение мест для парковки автотранспортных средств инвалидов и лиц с ОВЗ.

В Университете Синергия обеспечен один вход, доступный для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата. Помещения, где могут находиться люди на креслах-колясках, размещены на уровне доступного входа. При ином размещении помещений по высоте здания, кроме лестниц, предусмотрены, подъемные платформы для людей с ограниченными возможностями и лифт.

Комплексная информационная система для ориентации и навигации инвалидов и лиц с ОВЗ в архитектурном пространстве Университета Синергия включает визуальную, звуковую и тактильную информацию.

Наличие оборудованных санитарно-гигиенических помещений для студентов различных нозологий.

На каждом этаже обустроена одна туалетная кабина, доступная для маломобильных обучающихся. В универсальной кабине и других санитарно-бытовых помещениях, предназначенных для пользования всеми категориями студентов с ограниченными возможностями, установлены откидные опорные поручни, откидные сидения.

Наличие специальных мест в аудиториях для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

В каждом специальном помещении (учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных

консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования) предусмотрена возможность оборудования по 1 - 2 места для студентов-инвалидов по каждому виду нарушений здоровья - опорно-двигательного аппарата, слуха и зрения.

В стандартной аудитории первые столы в ряду у окна и в среднем ряду предусмотрены для обучаемых с нарушениями зрения и слуха, а для обучаемых, передвигающихся в кресле-коляске, - выделено 1 - 2 первых стола в ряду у дверного проема.

Для слабослышащих студентов использование сурдотехнических средств является средством оптимизации учебного процесса, средством компенсации, утраченной или нарушенной слуховой функции.

Технологии беспроводной передачи звука (FM-системы) являются эффективным средством для улучшения разборчивости речи в условиях профессионального обучения.

Учебная аудитория, в которой обучаются студенты с нарушением слуха, оборудована радиоклассом, компьютерной техникой, аудиотехникой (акустический усилитель и колонки), видеотехникой (мультимедийный проектор, экран), мультимедийной системой. Особую роль в обучении слабослышащих также играют видеоматериалы.

В Университете Синергия в наличии брайлевская компьютерная техника, программы-синтезаторы речи.

Компьютерные тифлотехнологии базируются на комплексе аппаратных и программных средств, обеспечивающих преобразование компьютерной информации в доступные для незрячей и слабовидящей формы (звуковое воспроизведение, рельефно-точечный или укрупненный текст), и позволяют обучающимся с нарушением зрения самостоятельно работать на обычном персональном компьютере с программами общего назначения.

Тифлотехнические средства, используемые в учебном процессе студентов с нарушениями зрения: средства для усиления остаточного зрения и средства преобразования визуальной информации в аудио и тактильные сигналы.

Для слабовидящих студентов в лекционных и учебных аудиториях предусмотрена возможность просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для удаленного просмотра.

Для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата используются альтернативных устройств ввода информации.

При процессе обучения по данному профессиональному модулю используются специальные возможности операционной системы Windows, такие как экранная клавиатура, с помощью которой можно вводить текст, настройка действий Windows при вводе с помощью клавиатуры или мыши.

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

Организация образовательного процесса по профессиональному модулю осуществляется в соответствии с ФГОС СПО по профессии, с рабочим учебным планом, программой профессионального модуля, с расписанием занятий; с требованиями к результатам освоения профессионального модуля: компетенциям, практическому опыту, умениям и знаниям.

В процессе освоения модуля используются активные и интерактивные формы проведения занятий с применением электронных образовательных ресурсов: лекции, семинары, практические занятия, в том числе с приглашением работодателей, анализ производственных ситуаций, ознакомительные экскурсии в учреждения будущей профессиональной деятельности обучающихся, и т.п. в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций студентов.

Студентам обеспечивается возможность формирования индивидуальной траектории обучения в рамках программы модуля; организуется самостоятельная работа студентов под управлением преподавателей и предоставляется консультационная помощь.

В рамках профессионального модуля предусмотрена производственная практика в объеме 108 часов.

Для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (при их наличии) выбор мест прохождения практик учитывает состояние здоровья и требования по доступности.

#### **4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПМ.02**

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

Образовательное учреждение, реализующее подготовку по программе профессионального модуля, обеспечивает организацию и проведение текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль производится преподавателем в процессе обучения.

Обучение по профессиональному модулю завершается экзаменом по модулю, который проводит экзаменационная комиссия.

Формы и методы текущего и итогового контроля по профессиональному модулю разрабатываются Университетом Синергия и доводятся до сведения обучающихся не позднее начала двух месяцев от начала обучения.

Для текущего и итогового контроля образовательным учреждением создаются фонды оценочных средств (ФОС).

ФОС включают в себя педагогические контрольно – измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям результатов подготовки (таблицы).

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки текущего контроля успеваемости	Формы и методы оценки
ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Подготавливает исходные данные для проектирования, в том числе для разработки отдельных архитектурных и объемно-планировочных решений;	Формы контроля обучения: Текущий контроль: Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием
ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	и объемно-планировочных решений; Разрабатывает отдельные архитектурные и объемно-планировочные решения в составе проектной документации;	персонального компьютера, групповые дискуссии, разбор конкретных ситуаций, профессиональные тренинги: прохождение
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Оформляет графически и текстом проектную документацию по разработанным отдельным архитектурным и объемно-планировочным	практики (отчет по учебной, производственной практикам) Промежуточная аттестация. Методы оценки результатов обучения: -
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	решениям; Осуществляет поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности;	формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода;
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	Планирует и реализовывает собственное профессиональное и личностное развитие: Содействует сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	- оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета по учебной практике накопительная оценка
ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде		
ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста		

<p>ОК 06 Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения</p>		
<p>ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях</p>		
<p>ОК 08 Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности</p>		
<p>ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках</p>		

**Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по профессиональному модулю.  
Порядок проведения учебных занятий по профессиональному модулю**

Промежуточная аттестация по ПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» проводится в форме экзамена по модулю; зачета с оценкой по МДК.02.01 Стратегическое планирование в рекламе; зачета с оценкой по МДК.02.02 Медиапланирование и рекламная аналитика.

Форма контроля	Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
----------------	----------------------	-------------------------------

Форма контроля	Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
<p>Экзамен по модулю ОК 01 – ОК 09, ПК 2.1, ПК 2.2</p>	<p>Экзамен по модулю включает в себя: выполнение заданий (1-2 типа), защита отчета по практике:</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;</p> <p>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения модуля в процессе прохождения учебной практики.</p>	<p>Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов <b>-90 и более (отлично) –</b> Задания 1, 2 - ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Практическое задание выполнено правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. Задания 3 - выполнил индивидуальное задание по учебной практике; в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые в полной мере соответствуют области профессиональной деятельности; во время защиты свободно, исчерпывающе и аргументированно ответил на все вопросы по существу; правильно оформил отчет о прохождении учебной практики; имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе. <b>-70 и более (хорошо)–</b> Задания 1,2 -ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход выполнения практического задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. Задания 3 - выполнил индивидуальное задание по учебной практике; в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые в полной мере соответствуют области профессиональной деятельности;</p>

Форма контроля	Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
		<p>во время защиты ответил на все вопросы по существу без должной аргументации; оформил отчет о прохождении учебной практики с незначительными недостатками; имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</p> <p><b>-50 и более (удовлетворительно)</b>  Задание 1, 2– ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Практическое задание выполнено частично.</p> <p>Задания 3 - выполнил индивидуальное задание по учебной практике не в полном объеме; в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые частично соответствуют области профессиональной деятельности; во время защиты ответил не на все вопросы по существу; оформил отчет о прохождении учебной практики с недостатками; имеет удовлетворительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</p> <p><b>-Менее 50 (неудовлетворительно)</b>  Задание 1, 2 – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Практическое задание не выполнено.</p> <p>Задания 3 – не выполнил индивидуальное задание по учебной практике; в период прохождения практики выполнил спектр функций, которые не соответствуют области профессиональной деятельности; во время защиты не ответил на заданные вопросы или ответил неверно, не по существу; неправильно оформил отчет о прохождении учебной практики; имеет отрицательное заключение</p>

Форма контроля	Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
		об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.
<p>Зачет с оценкой МДК.02.01 ОК 02, ПК 2.1</p> <p>МДК.02.02 ОК 01, ПК 2.2</p>	<p>Зачет с оценкой представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины (курса), а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины (курса), понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины (курса) и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности</p> <p>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины (решение задачи).</p>	<p>Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:</p> <p>1 вопрос: 0-30; 2 вопрос: 0-30; 3 вопрос: 0-40.</p> <p><b>«Зачтено»</b></p> <p>— <b>90-100 (отлично)</b>– ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p>— <b>70 -89 (хорошо)</b> – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p>— <b>50-69 (удовлетворительно)</b> – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология.</p> <p><b>«Не зачтено»</b></p> <p>— <b>менее 50 баллов (неудовлетворительно)</b> – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные.</p>

**Типовые задания для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по МДК.02.01 Стратегическое планирование в рекламе (Зачет с оценкой)**

**Задания 1 типа**

1. Уровни стратегического планирования.
2. Сравнительные характеристики систем планирования.
3. Модель и процедуры экстраполятивного долгосрочного планирования.
4. Основные признаки стратегического планирования.
5. Стратегия как комбинация 5 «П»
6. Концептуальная схема стратегического планирования.
7. Целеполагание в стратегическом планировании.
8. Элементы стратегического (портфельного) анализ.
9. Элементы портфолио анализа.
10. Алгоритм выделения стратегических групп конкурентов.

11. Анализ конкурентов в Интернете.
12. Этапы процесса стратегического планирования коммуникаций.
13. Основные положения концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций.
14. Факторы оптимизации структуры комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций.
15. Разработка миссия и видения для корпоративной стратегии
16. Подходы к классификации стратегий конкурентной борьбы.
17. Основные разделы коммуникационной стратегии.
18. Подходы к сегментации потребительского рынка.
19. Особенности сегментации в Интернете.
20. Технические особенности сегментации потребителей в Интернете
21. Возможности таргетинга в социальных сетях
22. Этапы разработки стратегия позиционирования торговой марки.
23. Этапы разработки стратегии продвижения в Интернете
24. Digital-коммуникации на в2с
25. Digital-коммуникации на в2в

### ***Задания 2 типа***

1. Дайте определение и представьте сравнительную характеристику продуктов долгосрочного и стратегического планирования.
2. Дайте характеристику семи пространствам целеполагания и планирования.
3. Обоснуйте взаимосвязь основных категорий стратегического планирования: конкурентоспособность, потенциал, стратегия.
4. Объясните важность основополагающей концепции стратегического маркетинга — приоритета рыночных потребностей, а не потенциала собственных технологий. Почему технологический потенциал компании зависит от конкурентоспособности?
5. Почему в качестве составляющих стратегического потенциала рассматриваются ресурсы, обеспечивающие достижение предприятием конкурентных преимуществ, например технология, прогрессивное оборудование, интеллектуальные ресурсы, патенты и др.
6. Как определить ресурсный потенциал компании? Все ли ресурсы являются конечными? Какие ресурсы можно заменить? Обоснуйте взаимосвязь понятий «стратегия» и «управление ресурсами».
7. Какие показатели используют при оценке эффективности реализации инновационного потенциала? Почему инновационный потенциал является совокупностью кадровых, материально-технических и информационных ресурсов?
8. Назовите ключевые показатели при определении ресурсного потенциала компании? Почему в понятие «ресурсный потенциал» входит технико- технологический и кадровый потенциал?
9. Почему потенциалом маркетинга принято называть возможности компании своевременно отслеживать и оперативно реагировать на

всевозможные изменения в макро- и микрорыночной среде?

10. Обоснуйте взаимосвязь бизнес-стратегии, маркетинговой стратегии и маркетинговой коммуникационной стратегии.

### ***Задания 3 типа***

*Задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности студента выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности*

1. Составить кейс и предложить его решение с применением экспресс-анализа конкурентной среды «Пять сил Портера» для магазина часов, расположенного в торговом центре.

2. Составить кейс и предложить его решение с применением экспресс-оценки по матрице «товар -рынок» И.Ансоффа для магазина обуви.

3. Составить кейс и предложить его решение с применением экспресс-оценки по матрице «товар-рынок» И.Ансоффа для прачечной самообслуживания.

4. Составить кейс и предложить его решение с применением матрицы ADL. Требуется составить две таблицы по пять вопросов в каждой для определения стадии зрелости рынка digital-услуг и уровня конкурентоспособности digital-агентства.

5. Составить кейс и предложить его решение с применением таблицы с параметрами оценки по Матрице BCG «отрасль-компания» для агропромышленного холдинга.

6. Составить кейс и предложить его решение с применением двукоординантной карты оценки конкуренции по параметрам цена\качество для кафе, находящихся в одном географическом сегменте на близком расстоянии.

7. Составить кейс и предложить его решение с применением метода экспертных оценок в графическом конкурентном анализе брендов шоколадных конфет в коробках.

8. Составить кейс, решением которого будет определение позиционирования в категории молочные продукты.

9. Составить кейс, решением для которого станет определение возможных областей спроса.

10. Составить кейс и предложить его решение с применением экспресс-анализа сайтов конкурентов, представленного в форме таблицы для Учебных центров. Опишите выбранный объект для кейса: продукция, клиенты, ситуация на рынке, внутренние проблемы.

11. Составить кейс и предложить его решение с применением кластерного анализа с целью сегментации потребителей для бренда молочно-кислых продуктов.

12. Составить кейс и предложить его решение с применением факторного анализа с целью сегментации потребителей для бренда розничного магазина аниме.

13. Составить кейс и предложить его решение с использованием сервисов SimilarWeb, Sociate, Popsterm для анализа целевой аудитории страниц или групп в социальных сетях.

14. Составить кейс, в качестве решения которого будет разработка позиционирования для прачечной экспресс-обслуживания, расположенной рядом со студенческим общежитием. Опишите выбранный объект для кейса: услуги, клиенты, ситуация на географическом сегменте, внутренние проблемы, конкуренты. Предложить стратегию позиционирования.

15. Составить кейс и предложить его решение с применением интеграции прямого маркетинга и SERM для потребителей B2B.

16. Составить кейс и предложить его решение с применением интеграции стимулирования сбыта и SERM для потребителей кейтеринговых услуг.

17. Составить кейс и предложить программу продвижения крупного Интернет-магазина электроники с использованием традиционных маркетинговых коммуникаций и digital-коммуникаций.

18. Составить кейс и предложить программу продвижения с использованием основных инструментов маркетинговых (реклама, PR, стимулирование сбыта, прямой маркетинг, личные продажи) и digital-коммуникаций для компании «муж на час», оказывающей услуги мелкого ремонта и уборки квартир для потребителей B2C. Компания находится на стадии зрелости жизненного цикла продукта.

19. Составить кейс и предложить программу продвижения в социальных сетях для продовольственных товаров ВВQ.

20. Составить кейс и предложить «великую идею» для новой линейки мужских шампуней для волос.

21. Составить кейс и сформулировать «убеждающую правду» о продукте, а также выбрать способы доказательства преимуществ продукта (RTV) для мармелада с содержанием натурального сока.

22. Составить кейс и разработать неймы для нового бренда майонеза, выбрать лучший нейм с применением тестирования.

23. Составить кейс и разработать слоган для нового бренда подсолнечного масла, выбрать лучший слоган с применением тестирования.

24. Составить кейс, решением которого станет маркетинг-микс в модели 4P для бренда одежды.

25. Составить кейс, решением которого станет программа продвижения бренда ухода за кожей в Интернете и социальных сетях.

***Типовые задания для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по МДК.02.02 Медиапланирование и рекламная аналитика (Зачет с оценкой)***

***Задания 1 типа*** Определение понятия "медиапланирование".

1. Основные носители рекламы и их характеристики.

2. Составляющие рекламного процесса и общий алгоритм рекламной кампании.
3. Восприятие рекламы в различных СМИ.
4. Медиапланер и его функции.
5. Навыки, личные качества необходимые медиапланеру.
6. Типы рекламных агентств.
7. Структура отечественного рынка рекламы в России.
8. Основные этапы медиаланирования.
9. Анализ рекламно-маркетинговой ситуации.

### ***Задания 2 типа***

1. Цели и задачи медиапланирования.
2. Функции и цель рекламы.
3. Структура рекламного агентства.
4. Факторы выбора средств рекламы.
5. Характеристики, преимущества и недостатки телевидения в качестве средства рекламы.
6. Характеристики, преимущества и недостатки радио в качестве средства рекламы.
7. Характеристики, преимущества и недостатки прессы в качестве средства рекламы.
8. Характеристики, преимущества и недостатки наружной рекламы.
9. Характеристики, преимущества и недостатки рекламы на / в транспорте.
10. Профессиограмма медиапланера.
11. Составление медиа-брифа.
12. Анализ текущего положения бренда.
13. Зависимость рекламных средств от типа рынков.
14. Тактическое медиапланирование (выбор конкретных средств распространения рекламы).
15. Тактическое медиапланирование (период проведения кампании).
16. Тактическое медиапланирование (формат рекламных сообщений).
17. Определение процедур контроля и оценки эффективности медиапланирования.
18. Совокупный рейтинг (GRP, gross rating point),
19. Целевой рейтинг (TRP, target rating point).
20. Охват рекламной кампании (Reach / Cover %),
21. OTS (opportunity to see).
22. Частота рекламного сообщения (Average Frequency).
23. Доля голоса (share of voice, SOV).
24. Обзор программного обеспечения по медиапланированию.
25. Методика исследований эффективности медиаплана и мероприятия по контролю эффективности его исполнения.

### ***Задания 3 типа***

В рекламное агентство обратился заказчик, сообщивший, что у него есть для продажи крупные партии следующих товаров:

- Ролики спортивные;
- Конфеты Ассорти;
- Наборы цветных карандашей;
- Наборы для сауны;
- Комплекты для новорожденных;
- Компьютеры и комплектующие;
- Минеральная вода;
- Учебная литература по юридическим специальностям;
- Кирпич силикатный.

На вопросы сотрудника агентства, каким потребителям рекламодатель собирается продавать свои товары и какие носители рекламы использовать, заказчик предложил, чтобы агентство само разработало соответствующие предложения.

Представьте, что вы сотрудник рекламного агентства и вам предложено заняться рекламной кампанией одного из указанных выше видов товаров. Выберите любой из них.

#### ***Вопросы и задания***

1. По каким критериям и какие категории, целевые группы потенциальных потребителей- адресатов рекламы вы предлагаете для рекламы выбранного вами товара?

2. Какие носители рекламы вы считаете целесообразным задействовать (в том числе как основные и как вспомогательные) и рекомендовать заказчику для размещения рекламы?

3. В каких местах, на какой территории вы планируете размещать эту рекламу?

4. Составьте медиа-карту размещения рекламных средств.

#### ***Задание №2.***

АК БАРС БАНК — крупнейший Российский банк, входящий в TOP-100 и обслуживающий более 2,9 миллионов частных лиц и свыше 62 тысячи корпоративных клиентов.

#### ***Вопросы и задания***

1. Составить построение эффективного охвата с целевой аудиторией и увеличения портфеля потребительских кредитов.

2. Составить медиа-карту размещения рекламных средств.

#### ***Задание №3.***

Bayar CropScience - это один из ведущих мировых производителей, поставляющий разнообразный ассортимент продукции для сельского хозяйства: семена полевых и овощных культур, инновационные решения для защиты посевов с химическими и биологическими механизмами действия, а также широкий ассортимент услуг для устойчивого и современного сельского хозяйства.

### *Вопросы и задания*

1. Составить медиа-план по охвату целевой аудиторией, построения имиджа и увеличения продаж

#### **Задание №4.**

English Nursery and Primary School - это уникальные английские начальные школы, где учащиеся в совершенстве овладевают двумя языками, английским и русским, и успешно осваивают две образовательные программы, Британскую и Российскую, с помощью опытных педагогов-профессионалов из Великобритании и России.

### *Вопросы и задания*

Составить разделы медиаплана с указанием информирования целевой аудитории об открытии новых образовательных центров и наборе дополнительных групп

#### **Задание №5.**

Маркетинговая служба сообщила руководству фирмы о том, что в ближайшие годы ожидается резкий рост спроса на посудомоечные комплексы. Директор распорядитель дал указание отделу исследований создать нужный товар.

Руководитель этого отдела поручил своим сотрудникам провести серию пробных экспериментов с целью выяснения достоинств различных растворителей, степени очистки при применении различных распылительных форсунок, наилучшего способа размещения посуды и т. д.

К концу года руководство отдела и фирмы уже достаточно много знало обо всех этих проблемах. В этот же период времени был создан опытный образец посудомоечного комплекса.

Однако, когда у техников был готов прототип и стал ясен замысел конструкции, специалисты службы маркетинга и производственники стали предлагать изменения, из-за чего разработка ходового товара затянулась. Выход на рынок, состоявшийся лишь через два года по сравнению с конкурентами, оказался неудачным.

### *Вопросы и задания:*

1. Какова была бы наиболее вероятная рыночная судьба товара фирмы, если бы ее не успели определить конкуренты?

2. Какие рекламные средства необходимо задействовать для вывода товара на рынок?

Составить медиа-план по охвату целевой аудиторией, построения имиджа и увеличения продаж.

### ***Типовые задания для проведения промежуточной аттестации по профессиональному модулю – экзамен по модулю***

#### ***Задание 1 типа***

1. 1 Целевые аудитории: поведение аудитории в течение дня, сезонные характеристики аудитории, охват аудитории в рабочее время, совместное использование нескольких медиа, реклама для высокодоходной группы,

планирование для мелких и региональных рекламодателей.

2. Разработка медиастратегии рекламной кампании.
3. Параметры продвижения бренда.
4. Определение бюджета, выделяемого на размещение рекламы (медиасплит, медиаобсчет).
5. Формирование календарного графика размещения рекламных сообщений (медиаплан).
6. Медиастатистики, описывающие медиаплан.
7. Основные количественные характеристики медиаплана: расчет показателей и их применение в рекламной практике
8. Программные продукты Galileo, PaloMARS, TV Planet, Super Nova, (TNS Gallup Media).
9. Программные продукты AGB WorkStation (AGB Television), PROBA-Media, CRATE, DataFriend (Comcon), OptiMedia (Клиент Сервис).
10. Программные продукты Медиа-Планер (ExMedia) и др. Достоинства и недостатки.
11. Медиабаинг.
12. Характеристики и особенности основных каналов размещения: Пресса.
13. Характеристики и особенности основных каналов размещения: ТВ – Радио.
14. Характеристики и особенности основных каналов размещения: Internet.
15. Характеристики и особенности основных каналов размещения: Наружная реклама.

### ***Задание 2 типа***

1. В чем различия концепции дифференциации и концепции сегментации? Почему построения этих концепций является первым шагом в стратегическом планировании маркетинга?
2. Почему важно определить миссию стратегической единицы бизнеса перед началом разработки стратегии сегментирования? Какие три фундаментальных вопроса лежат в основе сбора информации для выбора стратегии сегментирования? Почему при выборе СЕБ рыночные потребности важнее собственных технологий?
3. Какие методы определения конкурентного потенциала и конкурентной стратегии наиболее эффективны в ситуации сверхсегментированного рынка?
4. Какие стратегические составляющие являются ключевыми при выборе стратегии широкого проникновения? В чем заключается смысл стратегии широкого проникновения на рынок? Как реализация стратегии широкого проникновения на рынок определяет содержание коммуникационной стратегии?
5. Какие стратегические составляющие являются ключевыми при выборе стратегии поиска новых рынков? В чем заключается смысл

стратегии поиска новых рынков? Как реализация стратегии поиска новых рынков определяют содержание коммуникационной стратегии?

6. Какие стратегические составляющие являются ключевыми при выборе стратегии создания новой продукции? В чем заключается смысл стратегии создания новой продукции? Как реализация стратегии создания новой продукции определяют содержание коммуникационной стратегии?

7. Какие стратегические составляющие являются ключевыми при выборе стратегии диверсификации? В чем заключается смысл стратегии диверсификации? Как реализация стратегии диверсификации определяет содержание коммуникационной стратегии?

8. В каких случаях предприятие использует нишевую стратегию? В чем заключается смысл нишевой рыночной стратегии? Как реализация нишевой стратегии определяют содержание коммуникационной стратегии?

9. Что характеризует новый товар? В чем сущность инновационной политики в сфере услуг? Каким образом новизна товара или услуги определяет содержание стратегии их коммуникаций и продвижения на B2B-рынке? на B2C-рынке?

10. Как жизненный цикл продукта влияет на выбор ценовой стратегии? Назовите основные критерии выбора ценовой стратегии.

11. Дайте характеристику стратегиям «алого» и «голубого» океана. Почему инновационные ценности являются краеугольным камнем стратегии «голубого океана»?

12. Дайте определение понятию «латеральный маркетинг». Почему латеральный маркетинг дополняет традиционный маркетинг?

13. Какие сервисы используют для исследования потребителей и конкурентов в Интернете?

14. Для решения каких задач используются возможности таргетинга в социальных сетях.

15. Как CRM-платформы могут способствовать реализации планирования и контроля в организации? Дайте характеристику платформ для работы с клиентами и для управления ресурсами предприятия.

### ***Задание 3 типа***

**На основе полученных в результате прохождения практики навыков, ответьте на следующее вопросы:**

#### **Задание № 1.**

В начале весенне-летнего сезона компания ООО «Наш Текстиль», выпускающая спецодежду, разработала новые модели брюк и курток, отличающихся высокой прочностью и удобствами при проведении сельскохозяйственных работ. Компания планирует продать 10 000 шт. костюмов. Стоимость костюма от 560 руб. до 3,5 тыс. руб. ООО «Наш Текстиль» владеет небольшой сетью собственных магазинов «Спецодежда» в

Москве (2 магазина) и области (1 магазин).

Менеджеры компании хорошо понимают, что при успешной рекламной кампании и маркетинговых мероприятиях их товар мог бы пользоваться большой популярностью у разных слоев населения. Для того чтобы увеличить продажи, ООО «Наш Текстиль» готово потратить на рекламу около 280 тыс. рублей (Москва+ регионы).

*Вопросы и задания:*

1. Основываясь на какие факторы, вы будете строить рекламную стратегию? Перечислите.

2. Кто является целевой аудиторией рекламы спецодежды? Дайте характеристику.

3. Каковы основные этапы вашей стратегии продвижения новой торговой сети?

4. Какие средства маркетинговых коммуникаций вы выберете для продвижения спецодежды?

5. Определите основные и вспомогательные средства рекламы. Обоснуйте выбор.

### **Задание № 2.**

Компания «Desog+», специализирующаяся на изготовлении авторских подарков и украшений, в рамках сезонной рекламной кампании (май – июль) планирует разместить 15-ти и 20-ти секундные споты:

- об открытии нового магазина в крупном торговоразвлекательном центре "SSS" г.Москвы;
- об открытии Интернет-магазина;
- о предстоящих акциях в летний период (планируется – беспроигрышная лотерея). Требования рекламодателя: Вид СМИ: радио.
- Регион: Москва и Московская область
- Позиционирование: прогноз погоды, спонсорство передач, – ориентированных на женщин и молодежь, возможно рассмотреть и др. варианты размещения.

*Вопросы и задания:*

1. Составьте примерный рекламный текст (на 15 и 20 секунд).

2. Опишите целевую аудиторию (помним, что она должна соответствовать выбранным рекламным каналам).

3. Обоснуйте выбор радиостанций (соответствие целевой аудитории и запросам рекламодателя).

### **Задание № 3.**

Выбрать периодические издания (один журнал и одну газету) и проанализировать каждое издание по плану, представленному ниже.

План анализа периодического издания (журнал / газета)

- Название.

- Тематическая направленность («специализация») того или иного периодического издания. Особенности читающей аудитории (характеристика).

- Тираж.

- Регион распространения.

- Периодичность издания.

- Условия реализации издания.

- Специфические объективные характеристики (цветность, особенности дизайна и т.п.).

- Сложившиеся параметры восприятия печатного СМИ (соблюдение этических норм, репутация издания, авторитет у ЦА).

- Реклама, ее стоимость, объем (изучить прайс).

- Наличие интернет-версии.

#### **Задание № 4.**

Условие ситуационной задачи Предприятие «N+», специализирующееся на изготовлении и установке натяжных потолков, в рамках сезонной рекламной кампании (апрель-май) планирует разместить рекламное сообщение о предстоящей акции в летний период и соответствующих скидках для населения г. Москвы и областей.

Условия проведения акции: при заказе натяжного потолка в период с 1 апреля по 30 мая установка бесплатно (до 15м<sup>2</sup>).

Требования рекламодателя: наружная реклама: билборд 3x6; ситиформат 1,8x1,2.

*Вопросы и задания:*

1. Разработайте рекламное сообщение для предприятия «N+» (с учетом типа рекламной кампании).

2. Опишите целевую аудиторию.

3. Обоснуйте выбор каждого рекламоносителя.

4. Подготовьте медиа-обсчет для рекламодателя с учетом представленных требований и общим объемом рекламной 49 кампании 950 тыс. рублей из них 420-480 тыс. рублей на наружную рекламу.

#### **Задание № 5.**

Раскройте содержание каждого вида интернетрекламы, опираясь на классификацию представленную ниже. Приведите примеры. Наиболее распространенной является следующая классификация интернет-рекламы:

1. В зависимости от широты охвата целевой аудитории:

- Медийная реклама- Контекстная реклама

- Медийно-контекстная реклама

2. В зависимости от формы представления информации:

- Текстовая

- Графическая

- Reach медиа

- Pop-up/Pop-under

- Интернет – ресурс

3. По типу рекламных площадок:

- Поисковая реклама

- Почтовые рассылки

- Реклама на информационных сайтах общей- направленности (новостные, информационные и развлекательные СМИ) Реклама на сайтах интернет-сервисов

- Специализированные информационные сайты.

### **Задание № 6.**

В г. N планируется открытие нового супермаркета «Звездный» в микрорайоне «I».

Проблема - нужно осведомить общественность об открытии супермаркета.

Планируется размещение рекламного сообщения о предстоящем мероприятии на радио.

*Вопросы и задания:*

1. Проанализируйте потребности ЦА по схеме и сформулируйте четко предложение супермаркета:

Клиент	Характеристика	Потребности (хочу)	Предложение
Кто? Где? Почему? В какой ситуации?	Метафора	Что? Для чего? Как? Что до этого? Для чего? Как вместо?	Что? Каким образом? Почему мы? Чем лучше?

2. Какие СМИ еще помимо радио могут быть использованы для решения поставленной проблемы?



## I. ПРИЛОЖЕНИЯ

(комплект отчетной документации в случае, если обучающийся проходит практическую подготовку на базе профильного структурного подразделения Университета «Синергия»)



### Приложение 1.1. Шаблон оформления индивидуального задания

Негосударственное образовательное частное учреждение  
высшего образования  
«Московский университет «Синергия»

**УТВЕРЖДАЮ**  
Декан факультета  
\_\_\_\_\_   
Университета «Синергия»

Специальность: \_\_\_\_\_  
(код и наименование специальности)

\_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)  
М.П.

### Индивидуальное задание

по \_\_\_\_\_ практике  
(наименование вида практики)  
по профессиональному модулю ПМ.ХХ \_\_\_\_\_  
(наименование профессионального модуля)  
обучающегося группы \_\_\_\_\_  
(шифр)  
\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. обучающегося)

№ п/п	Виды работ	Период выполнения работ <sup>2</sup>
1.	<p><b>Ознакомительная лекция, включая инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов.</b></p> <p>Пройти инструктивное совещание с руководителем практической подготовки от Образовательной организации, на котором ознакомиться с кругом обязанностей по определенным видам работ, связанным с будущей профессиональной деятельностью, а также уточнить правила в отношении субординации, внешнего вида, внутреннего трудового распорядка и режима конфиденциальности.</p> <p>Пройти инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов (в случае медицинских противопоказаний к выполнению определенных видов деятельности – принести подтверждающую справку из медицинского учреждения).</p>	<p><i>Первый день практической подготовки</i></p>


<sup>2</sup> Сроки организации практической подготовки определяются учебным планом в соответствии с календарным учебным графиком.

2.	<p><b>Изучение организационной структуры исследуемой организации – объекта прохождения практики.</b>  Знакомство с профилем деятельности исследуемой организации в целом и со структурой подразделения прохождения практики.  Изучение нормативных документов, регламентирующих деятельность исследуемой организации.  ....  ....  ....</p>	
3.	<p><b>Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников.</b>  ....  ....  ....</p>	<p><i>Со второго по предпоследний день практической подготовки</i></p>
4.	<p><b>Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых умений и практического опыта работы по специальности в рамках освоения вида деятельности ВД Х.</b>  _____  _____  _____  ....  ....  ....</p>	
5.	<p><b>Обработка и систематизация полученного фактического материала.</b>  С целью подготовки к сдаче экзамена по модулю/ экзамена квалификационного по профессиональному модулю ПМ.ХХ _____ осуществить комплексный анализ результатов выполненных видов работ, оформить презентационные материалы, разработать свои предложения и рекомендации на основе сравнения полученных в процессе обучения теоретических знаний с навыками, полученными в период прохождения практики.</p>	<p><i>Предпоследний день практической подготовки</i></p>
6.	<p><b>Оформление отчетных документов о прохождении практики и экспертная оценка результатов ее прохождения.</b>  <i>Оформить отчет о прохождении практики</i> в формате презентации PowerPoint, содержащий базовую и информационно-вспомогательную информацию, согласно структуре, указанной в настоящем индивидуальном задании.  Разместить полностью оформленный комплект отчетной документации по практике в электронной информационно-образовательной среде Университета «Синергия» на платформе lms.synergy.ru руководителю практики от Образовательной организации для экспертной оценки результатов ее прохождения.</p>	<p><i>Последний день практической подготовки</i></p>

Обучающийся индивидуальное задание получил(а): \_\_\_\_\_  
(подпись) (расшифровка)

## Приложение 1.2.


Шаблон оформления отчета о прохождении практики, содержащего базовую и информационно-вспомогательную информацию согласно структуре, указанной в индивидуальном задании

 УНИВЕРСИТЕТ  
СИНЕРГИЯ

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»  
Факультет \_\_\_\_\_  
Кафедра \_\_\_\_\_

**ОТЧЕТ**  
о прохождении \_\_\_\_\_ практики  
по профессиональному модулю ПМ.ХХ  
в период с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
Специальность ХХ.ХХ.ХХ \_\_\_\_\_

ФИО обучающегося: \_\_\_\_\_  
Группа: \_\_\_\_\_  
ФИО Руководителя: \_\_\_\_\_



## Содержание

1. Инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов
2. Изучение организационной структуры исследуемого предприятия
3. Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников
4. Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых знаний, умений и практического опыта работы по специальности в рамках освоения вида деятельности ВД Х. \_\_\_\_\_
5. Обработка и систематизация полученного фактического материала



**Аттестационный лист**

\_\_\_\_\_,  
(Ф.И.О. обучающегося)  
обучающий(ая)ся группы \_\_\_\_\_ по специальности **XX.XX.XX** \_\_\_\_\_,  
(шифр) (код и наименование специальности)  
успешно прошел(ла) \_\_\_\_\_ практику по профессиональному модулю  
(наименование вида практики)  
**ПМ.XX**  
\_\_\_\_\_  
(наименование профессионального модуля)  
в объеме \_\_\_\_\_ часов<sup>3</sup> с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года по «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года<sup>4</sup>.

**I. Заключение-анализ результатов освоения программы практики:**

Индивидуальное задание по \_\_\_\_\_ практике  
(наименование вида практики)  
по профессиональному модулю **ПМ.XX** \_\_\_\_\_ обучающимся  
(наименование профессионального модуля)

(нужное отметить ✓):

- выполнено;
- выполнено не в полном объеме;
- не выполнено;

**Работа с источниками информации (нужное отметить ✓):**  
**Обучающийся:**

- осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена по модулю;
- осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые частично могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена по модулю;
- не осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, или данные материалы не могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена по модулю;

**Владение материалом по \_\_\_\_\_ практике (нужное отметить ✓):**  
(наименование вида практики)

**Обучающийся:**

- умело анализирует полученный во время практики материал;
- анализирует полученный во время практики материал;
- недостаточно четко и правильно анализирует полученный во время практики материал;
- неправильно анализирует полученный во время практики материал;

**Задачи, поставленные на период \_\_\_\_\_ практики,**  
(наименование вида практики)

<sup>3</sup> Объем часов указывается из расчета 36 часов в неделю. Например, определен срок организации практической подготовки – 2 недели, что составляет 72 часа.

<sup>4</sup> Сроки организации практической подготовки определяются учебным планом в соответствии с календарным учебным графиком.

**обучающимся (нужное отметить ✓):**

- решены в полном объеме;
- решены в полном объеме, но не полностью раскрыты;
- решены частично, нет четкого обоснования и детализации;
- не решены;

**Спектр выполняемых обучающимся функций в период прохождения**  
**\_\_\_\_\_ практики области профессиональной деятельности**

*(наименование вида практики)*

**по профессиональному модулю ПМ.ХХ \_\_\_\_\_ (нужное отметить ✓):**

*(наименование профессионального модуля)*

- соответствует;
- в основном соответствует;
- частично соответствует;
- не соответствует;

**Оформление обучающимся отчета по \_\_\_\_\_ практике**

*(наименование вида практики)*

**(нужное отметить ✓):**

- отчет о прохождении практики оформлен правильно;
- отчет о прохождении практики оформлен с незначительными недостатками;
- отчет о прохождении практики оформлен с недостатками;
- отчет о прохождении практики оформлен неверно;

**В соответствии с видами работ, предусмотренными рабочей программой**  
**профессионального модуля ПМ.ХХ \_\_\_\_\_, обучающийся**

*(наименование профессионального модуля)*

**продемонстрировал следующий уровень владения общими компетенциями:**

- высокий;
- средний;
- низкий;

**В соответствии с видами работ, предусмотренными рабочей программой**  
**профессионального модуля ПМ.ХХ \_\_\_\_\_, обучающийся**

*(наименование профессионального модуля)*

**продемонстрировал следующий уровень владения профессиональными**  
**компетенциями:**

- высокий;
- средний;
- низкий.

*Примечание:*

- Высокий уровень – обучающийся уверенно демонстрирует готовность и способность к самостоятельной профессиональной деятельности не только в стандартных, но и во внештатных ситуациях.
- Средний уровень – обучающийся выполняет все виды профессиональной деятельности в стандартных ситуациях уверенно, добросовестно, эффективно.
- Низкий уровень – при выполнении профессиональной деятельности обучающийся нуждается во внешнем сопровождении и контроле.

## **II. Критерии и показатели оценивания результатов прохождения практики:**

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование показателя</b>	<b>Максимальное количество баллов</b>	<b>Оценка качества выполнения каждого вида работ (в баллах)</b>
<b>1. Качество подобранного материала для проведения анализа</b>			

1.1.	Наличие источников информации в соответствии с индивидуальным заданием	5	
1.2.	Наличие актуальных первичных данных, материалов	5	
<b>2. Качественная оценка проведенного анализа источников и собранных материалов</b>			
2.1.	Выполнение требований к содержательной части отчета, соответствие видов работы индивидуальному заданию	20	
2.2.	Оценка степени самостоятельности проведенного анализа	20	
2.3.	Оценка качества проведенного анализа собранных материалов, данных	20	
<b>3. Выполнение общих требований к проведению практики</b>			
3.1.	Выполнение требований к экспериментально-практической работе в рамках освоения вида деятельности ВД X. _____ _____	20	
3.2.	Выполнение требований к оформлению отчета по практике, содержащего базовую и информационно-вспомогательную информацию по итогам ее прохождения	10	
	<b>Итого:</b>	100	

Замечания руководителя практики от Образовательной организации:

---



---



---



---



---

Руководитель практики  
от Образовательной организации

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

## II. ПРИЛОЖЕНИЯ

(комплект отчетной документации в случае, если обучающийся проходит практическую подготовку на базе Профильной организации)



### Приложение 2.1. Шаблон оформления индивидуального задания

Негосударственное образовательное частное учреждение  
высшего образования  
«Московский университет «Синергия»

**УТВЕРЖДАЮ**  
Декан факультета

\_\_\_\_\_  
Университета «Синергия»

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(И.О. Фамилия)

\_\_\_\_\_  
М.П.

Специальность: \_\_\_\_\_  
(код и наименование специальности)

### Индивидуальное задание

по \_\_\_\_\_ практике  
(наименование вида практики)

по профессиональному модулю ПМ.ХХ \_\_\_\_\_  
(наименование профессионального модуля)

обучающегося группы \_\_\_\_\_  
(шифр)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. обучающегося)

№ п/п	Виды работ	Период выполнения работ <sup>5</sup>
7.	<b>Ознакомительная лекция, включая инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов.</b> Пройти инструктивное совещание с ответственным лицом (руководителем) от Профильной организации, на котором ознакомиться с кругом обязанностей по определенным видам работ, связанным с будущей профессиональной деятельностью, а также уточнить правила в отношении субординации, внешнего вида, внутреннего трудового распорядка и режима конфиденциальности. Пройти инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов (в случае медицинских противопоказаний к выполнению определенных видов деятельности – принести подтверждающую справку из медицинского учреждения).	<i>Первый день практической подготовки</i>
8.	<b>Изучение организационной структуры Профильной организации</b>	<i>Со второго по</i>


<sup>5</sup> Сроки организации практической подготовки определяются учебным планом в соответствии с календарным учебным графиком.

	<p><b>– базы прохождения практики.</b>  Знакомство с профилем деятельности организации в целом и со структурой подразделения прохождения практики.  Изучение нормативных документов, регламентирующих деятельность Профильной организации.  ....  ....  ....</p>	<p><i>предпоследний день  практической  подготовки</i></p>
9.	<p><b>Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников.</b>  ....  ....  ....</p>	
10.	<p><b>Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых умений и практического опыта работы по специальности в рамках освоения вида деятельности ВД Х.</b>  _____  _____  _____  ....  ....  ....</p>	
11.	<p><b>Обработка и систематизация полученного фактического материала.</b>  С целью подготовки к сдаче экзамена по модулю/ экзамена квалификационного по профессиональному модулю ПМ.ХХ _____ осуществить комплексный анализ результатов выполненных видов работ, оформить презентационные материалы, разработать свои предложения и рекомендации на основе сравнения полученных в процессе обучения теоретических знаний с навыками, полученными в период прохождения практики.</p>	<p><i>Предпоследний день  практической  подготовки</i></p>
12.	<p><b>Оформление отчетных документов о прохождении практики и экспертная оценка результатов ее прохождения.</b>  <i>Оформить отчет о прохождении практики</i> в формате презентации PowerPoint, содержащий базовую и информационно-вспомогательную информацию, согласно структуре, указанной в настоящем индивидуальном задании.  <i>Оформить справку</i>, заверенную подписью и печатью (при наличии) ответственного лица от Профильной организации, содержащую сведения о прохождении практики.  Разместить полностью оформленный комплект отчетной документации по практике в электронной информационно-образовательной среде Университета «Синергия» на платформе lms.synergy.ru руководителю практики от Образовательной организации для экспертной оценки результатов ее прохождения.</p>	<p><i>Последний день  практической  подготовки</i></p>

Обучающийся индивидуальное задание получил(а): \_\_\_\_\_  
(подпись) (расшифровка)

## Приложение 2.2.


Шаблон оформления отчета о прохождении практики, содержащего базовую и информационно-вспомогательную информацию согласно структуре, указанной в индивидуальном задании

 **УНИВЕРСИТЕТ  
СИНЕРГИЯ**

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»  
Факультет \_\_\_\_\_  
Кафедра \_\_\_\_\_

**ОТЧЕТ**  
о прохождении \_\_\_\_\_ практики  
по профессиональному модулю ПМ.ХХ  
в период с « \_\_\_\_\_ » 20\_\_ г. по « \_\_\_\_\_ » 20\_\_ г.  
Специальность ХХ.ХХ.ХХ \_\_\_\_\_

ФИО обучающегося: \_\_\_\_\_  
Группа: \_\_\_\_\_  
ФИО Руководителя: \_\_\_\_\_



## Содержание

1. Инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов
2. Изучение организационной структуры исследуемого предприятия
3. Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников
4. Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых знаний, умений и практического опыта работы по специальности в рамках освоения вида деятельности ВД Х. \_\_\_\_\_
5. Обработка и систематизация полученного фактического материала



**Аттестационный лист**

\_\_\_\_\_,  
(Ф.И.О. обучающегося)  
обучающий(ая)ся группы \_\_\_\_\_ по специальности **XX.XX.XX** \_\_\_\_\_,  
(шифр) (код и наименование специальности)  
успешно прошел(ла) \_\_\_\_\_ практику по профессиональному модулю  
(наименование вида практики)  
ПМ.XX

\_\_\_\_\_  
(наименование профессионального модуля)  
в объеме \_\_\_\_\_ часов<sup>6</sup> с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года<sup>7</sup>.

**I. Заключение-анализ результатов освоения программы практики:**

Индивидуальное задание по \_\_\_\_\_ практике по  
(наименование вида практики)  
профессиональному модулю ПМ.XX \_\_\_\_\_ обучающимся  
(наименование профессионального модуля)

(нужное отметить ✓):

- выполнено;
- выполнено не в полном объеме;
- не выполнено;

**Работа с источниками информации (нужное отметить ✓):**

**Обучающийся:**

- осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена по модулю/ экзамена квалификационного;
- осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые частично могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена по модулю/ экзамена квалификационного;
- не осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, или данные материалы не могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена по модулю/ экзамена квалификационного;

**Владение материалом по \_\_\_\_\_ практике (нужное отметить ✓)**  
(наименование вида практики)

**Обучающийся:**

- умело анализирует полученный во время практики материал;
- анализирует полученный во время практики материал;
- недостаточно четко и правильно анализирует полученный во время практики материал;
- неправильно анализирует полученный во время практики материал;

<sup>6</sup> Объем часов указывается из расчета 36 часов в неделю. Например, определен срок организации практической подготовки – 2 недели, что составляет 72 часа.

<sup>7</sup> Сроки организации практической подготовки определяются учебным планом в соответствии с календарным учебным графиком.

**Задачи, поставленные на период \_\_\_\_\_ практики,**  
(наименование вида практики)

**обучающимся (нужное отметить ✓):**

- решены в полном объеме;
- решены в полном объеме, но не полностью раскрыты;
- решены частично, нет четкого обоснования и детализации;
- не решены;

**Спектр выполняемых обучающимся функций в период прохождения**  
\_\_\_\_\_ **практики области профессиональной**  
(наименование вида практики)

**деятельности по профессиональному модулю ПМ.ХХ \_\_\_\_\_**  
(наименование профессионального модуля)

**(нужное отметить ✓):**

- соответствует;
- в основном соответствует;
- частично соответствует;
- не соответствует;

**Оформление обучающимся отчета по \_\_\_\_\_ практике**  
(наименование вида практики)

**(нужное отметить ✓):**

- отчет о прохождении практики оформлен правильно;
- отчет о прохождении практики оформлен с незначительными недостатками;
- отчет о прохождении практики оформлен с недостатками;
- отчет о прохождении практики оформлен неверно;

**В соответствии с видами работ, предусмотренными рабочей программой**  
**профессионального модуля ПМ.ХХ \_\_\_\_\_,**  
(наименование профессионального модуля)

**обучающийся продемонстрировал следующий уровень владения общими**  
**компетенциями:**

- высокий;
- средний;
- низкий;

**В соответствии с видами работ, предусмотренными рабочей программой**  
**профессионального модуля ПМ.ХХ \_\_\_\_\_,**  
(наименование профессионального модуля)

**обучающийся продемонстрировал следующий уровень владения**  
**профессиональными компетенциями:**

- высокий;
- средний;
- низкий.

*Примечание:*

- Высокий уровень – обучающийся уверенно демонстрирует готовность и способность к самостоятельной профессиональной деятельности не только в стандартных, но и во внештатных ситуациях.
- Средний уровень – обучающийся выполняет все виды профессиональной деятельности в стандартных ситуациях уверенно, добросовестно, эффективно.
- Низкий уровень – при выполнении профессиональной деятельности обучающийся нуждается во внешнем сопровождении и контроле.

**II. Критерии и показатели оценивания результатов прохождения практики:**

№ п/п	Наименование показателя	Максимальное количество баллов	Оценка качества выполнения каждого вида работ (в баллах)
<b>4. Качество подобранного материала для проведения анализа</b>			
1.1.	Наличие источников информации в соответствии с индивидуальным заданием	5	
1.2.	Наличие актуальных первичных данных, материалов	5	
<b>5. Качественная оценка проведенного анализа источников и собранных материалов</b>			
2.1.	Выполнение требований к содержательной части отчета, соответствие видов работы индивидуальному заданию	20	
2.2.	Оценка степени самостоятельности проведенного анализа	20	
2.3.	Оценка качества проведенного анализа собранных материалов, данных	20	
<b>6. Выполнение общих требований к проведению практики</b>			
3.1.	Выполнение требований к экспериментально-практической работе в рамках освоения вида деятельности ВД Х. _____ _____	20	
3.2.	Выполнение требований к оформлению отчета по практике, содержащего базовую и информационно-вспомогательную информацию по итогам ее прохождения	10	
	<b>Итого:</b>	100	

Замечания руководителя практики от Образовательной организации:

---



---



---



---



---

Руководитель практики

от Образовательной организации

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Приложение 2.4.  
Шаблон справки

Декану факультета \_\_\_\_\_

Университета «Синергия»

Фамилия И.О.

от \_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. ответственного лица  
от Профильной организации)

### СПРАВКА<sup>8</sup>

Дана \_\_\_\_\_ в том, что  
(Ф.И.О. обучающегося полностью)  
он(а) действительно проходил(а) \_\_\_\_\_  
(наименование вида практики)  
(\_\_\_\_\_ недели) в  
(количество недель)  
\_\_\_\_\_  
(наименование Профильной организации)

с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
Обучающийся(аяся) \_\_\_\_\_ успешно прошел(а)  
(фамилия, инициалы обучающегося)

инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов, после чего был(а) допущен(а) к выполнению определенных индивидуальным заданием видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

К должностным обязанностям и поставленным задачам в соответствии с индивидуальным заданием практикант относился добросовестно, проявляя интерес к работе. Порученные задания выполнил в полном объеме в установленные программой практики сроки.

**Ответственное лицо от  
Профильной организации**

М.П. (при наличии)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

<sup>8</sup> Справка оформляется на фирменном бланке Профильной организации (при наличии).

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

**Рабочая программа  
профессионального модуля  
ПМ.03 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет  
средствами цифровых коммуникационных технологий»  
(МДК.03.01 Цифровой брендинг  
МДК.03.02 Управление рекламной кампанией в сети Интернет  
МДК.03.03 Интернет-маркетинг в рекламе;  
ПП.03.01 Производственная практика;  
ПМ.03.ЭК Экзамен по модулю)**

**Специальность: 42.02.01 Реклама**

**Квалификация выпускника: *специалист по рекламе***

**Форма обучения: *очная***

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ .....	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ .....	15
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ.....	25
5.ПРИЛОЖЕНИЯ .....	43

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

### 1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама Приказ об утверждении ФГОС № 552 от 21.07.2023 г. и является частью образовательной программы по специальности в части освоения основного вида деятельности: «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий».

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

**В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:**

***знать:***

- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;
- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;
- методы работы в профессиональной и смежных сферах;
- структура плана для решения задач;
- порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.

***уметь:***

- распознавать задачу, проблему в профессиональном и социальном контексте;
- анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;
- правильно выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;
- составить план действия.
- определить необходимые ресурсы;
- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
- реализовать составленный план;
- оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).

## **Цели и задачи производственной практики**

**Цель производственной практики** – комплексное освоение студентами вида деятельности «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий», по специальности 42.02.01 Реклама формирование общих и профессиональных компетенций в рамках профессионального модуля, а также приобретение необходимых умений и опыта практической работы студентами.

### ***Задачи производственной практики:***

Формирование у студентов практических профессиональных умений в рамках профессионального модуля в соответствии с действующим ФГОС по специальности. Приобретение первоначального практического опыта в рамках профессионального модуля;

Систематизация, обобщение закрепление и углубление знаний и умений в рамках профессионального модуля.

### **1.3. Результаты освоения профессионального модуля**

ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
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
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках
ПК 3.1	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет
ПК 3.3	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО  
МОДУЛЯ ПМ.03 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций  
в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных  
технологий»**

**(МДК.03.01 Цифровой брендинг  
МДК.03.02 Управление рекламной кампанией в сети Интернет  
МДК.03.03 Интернет-маркетинг в рекламе)**

**2.1. Объем профессионального модуля**

Наименование	квалификация
	специалист по рекламе
	часов
<b>Всего по ПМ.03, в том числе</b>	<b>416</b>
МДК.03.01, с преподавателем	94
МДК.03.02, с преподавателем	42
МДК.03.03, с преподавателем	92
<b>Производственная практика</b>	<b>108</b>
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>62</b>
<b>Экзамен по модулю</b>	<b>18</b>

## 2.2. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования МДК и практик профессионального модуля	Объем профессионального модуля, ч.							Практика, ч	
		Объем ОП, ч.	Учебная нагрузка обучающихся, ч.				Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа		Учебная	Производственная
			всего	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия	в т.ч., курсовая проект (работа)	в т.ч. консультации	всего	в т.ч., курсовой проект (работа)		
ОК 01, ПК 3.1	МДК.03.01 Цифровой брендинг	116	94	46		2	22			
ОК 02, ПК 3.2	МДК.03.02 Управление рекламной кампанией в сети Интернет	56	42	28			14			
ОК 02, ПК 3.3	МДК.03.03 Интернет-маркетинг в рекламе	118	92	46			26			
ОК 01 – ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3	Производственная практика	108	108							108
	Экзамен по модулю	18								
ОК 01 – ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3	<b>Всего:</b>	<b>416</b>	<b>336</b>	<b>120</b>		<b>2</b>	<b>62</b>			<b>108</b>

## 2.3. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Балл
<b>МДК 03.01 Цифровой брендинг</b>		<b>116</b>	<b>100</b>
<i>4 семестр</i>			
<b>Тема 1.</b> <b>Введение в цифровой брендинг и стратегию бренда</b>  Формируемые компетенции ОК 01, ПК 3.1	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>11</b>	
	Обзор понятия бренда и его значение в цифровую эпоху, компоненты бренда: миссия, видение и ценности, разработка и адаптация уникального торгового предложения (УТП) в различных цифровых каналах, примеры успешных цифровых брендов и их стратегий.	11	
	<b>Практическое занятие</b>	<b>11</b>	<b>20</b>
	<b>Практикум по решению задач №1</b> Студентам предлагается создать бренд для новой компании в выбранной ими отрасли. Задача заключается в формулировке миссии и видения компании, определении основных ценностей и составлении УТП (уникального торгового предложения), которое будет эффективно в различных цифровых каналах.	11	20
	<b>Самостоятельная работа</b>	<b>4</b>	
	Работа с конспектом лекций	4	
<b>Тема 2.</b> <b>Использование социальных медиа и других цифровых каналов для продвижения бренда</b>  Формируемые компетенции ОК 01, ПК 3.1	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10</b>	
	Подробный анализ основных цифровых платформ: социальные сети, блоги, веб-сайты, и электронная почта, стратегии эффективной коммуникации через разные каналы, интеграция онлайн-кампаний со стационарными активностями бренда, оценка и выбор подходящих платформ для конкретных целей брендинга.	10	
	<b>Практическое занятие</b>	<b>10</b>	<b>20</b>
	<b>Практикум по решению задач №2</b> Проектирование и представление цифровой маркетинговой кампании. Группы студентов разрабатывают комплексную маркетинговую стратегию для продвижения продукта или услуги в социальных медиа (включая выбор платформ, контент-план, тайминг публикаций). Далее они должны представить свою стратегию, обосновав выбор инструментов и каналов для достижения определённых маркетинговых целей.	10	20
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>6</b>	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Балл
	Работа с конспектом лекций	6	
<b>Тема 3</b> <b>Создание контента и управление аудиторией</b>  Формируемые компетенции ОК 01, ПК 3.1	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>11</b>	
	Принципы создания привлекательного и вовлекающего контента, адаптация контента под различные цифровые форматы и аудитории, методы анализа и сегментации аудитории для более точного таргетинга, мониторинг и анализ вовлеченности аудитории для улучшения стратегий контент-маркетинга.	11	
	<i>Практическое занятие</i>	<b>11</b>	
	<i>Практикум по решению задач №3</i> Разработка и реализация плана контента. Студенты выбирают один бренд, для которого они должны создать серию контентных материалов (статьи, видео, графический контент), адаптированных под каналы, такие как социальные медиа, блоги и email-рассылки. Проект включает сегментацию аудитории и планирование контент-календаря.	11	20
	<i>Самостоятельная работа:</i>	<b>4</b>	
Подготовка презентации на тему «Стратегия продвижения /название бренда на выбор/»	4		
<i>5 семестр</i>			
<b>Тема 4.</b> <b>Аналитика, метрики и оптимизация в цифровом брендинге</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>14</b>	
	Основы SEO и SEM: как эти инструменты помогают улучшать видимость бренда, использование аналитики для оценки эффективности цифровых кампаний, введение в инструменты, такие как Google Analytics, для сбора и анализа данных, как адаптировать и масштабировать успешные стратегии на основе полученных данных.	14	
	<i>Практическое занятие</i>	<b>14</b>	
	<i>Практикум по решению задач №4</i> Анализ данных реальной рекламной кампании. Студенты изучают основные метрики, определяют успешные и неудачные аспекты кампании, и предлагают улучшения на основе анализа данных.	14	
	<i>Самостоятельная работа</i>	<b>8</b>	
Подготовка эссе на тему «Методы, позволяющие оценить эффективность бренда»	8		

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Балл
Промежуточная аттестация – Зачет с оценкой			100
МДК 03.02 Управление рекламной кампанией в сети Интернет		56	100
<i>5 семестр</i>			
<b>Тема 1</b> <b>Основные составляющие рекламного управления в интернет-среде</b>  Формируемые компетенции ОК 02, ПК 3.2	<b><i>Содержание учебного материала</i></b>	<b>2</b>	
	Основная цель, субъекты и объекты Информационное обеспечение рекламы Планирование и организация рекламной деятельности. Основные задачи	2	30
	<b><i>Практическое занятие</i></b>	4	30
	<b><i>Практическое занятие №1</i></b> Тест №1. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	4	30
	<b><i>Самостоятельная работа</i></b> Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к тестированию	2	
<b>Тема 2.</b> <b>Управление в рекламной сфере в интернет-среде</b>  Формируемые компетенции ОК 02, ПК 3.2	<b><i>Содержание учебного материала</i></b>	<b>2</b>	<b>40</b>
	Определение и разновидности рекламных кампаний. Основные этапы проведения рекламной кампании. Сфера рекламной деятельности. Участники рекламной деятельности. Роль менеджмента в рекламном бизнесе. Главные учреждения, вовлеченные в сферу рекламного менеджмента. Проблемы управления рекламой. Функциональная структура рекламного менеджмента. Контроль рекламной деятельности.	2	40
	<b><i>Практическое занятие</i></b>	4	40
	<b><i>Практическое занятие №2</i></b> Тест №2. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	4	40
	<b><i>Самостоятельная работа:</i></b> Работа с конспектом лекций	2	
<b>Тема 3</b> <b>Формирование рекламной политики и рекламной стратегии в</b>	<b><i>Содержание учебного материала</i></b>	<b>2</b>	
	Разработка рекламной стратегии, ее основные составляющие Оценка качества рекламной деятельности Основные информационные подсистемы рекламной деятельности	2	
	<b><i>Практическое занятие</i></b>	4	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Балл
интернетсреде  Формируемые компетенции ОК 02, ПК 3.2	<b>Практическое занятие №3:</b> Тест №3. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	4	
	<b>Самостоятельная работа:</b>	2	
	АРМы фармацевта	2	
<b>Тема 4</b> <b>Рекламные исследования в интернет-среде</b>  Формируемые компетенции ОК 02, ПК 3.2	<b>Содержание учебного материала</b>	2	
	Классификация рекламных исследований. Основные направления и этапы проведения рекламных исследований. Элементы рекламной стратегии.	2	
	<b>Практическое занятие</b>	4	
	<b>Практическое занятие №4:</b> Тест №4. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	4	
	<b>Самостоятельная работа:</b>	2	
	Работа с конспектом лекций	2	
<b>Тема 5.</b> <b>Организация рекламного процесса, его структура и участники в интернетсреде</b>  Формируемые компетенции ОК 02, ПК 3.2	<b>Содержание учебного материала</b>	2	
	Основные организационные функции и субъекты рекламной деятельности. Специфика организации рекламной деятельности.	2	
	<b>Практическое занятие</b>	4	
	<b>Практическое занятие №5:</b> Тест №5. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	4	
	<b>Самостоятельная работа:</b>	2	
	Работа с конспектом лекций	2	
<b>Тема 6.</b> <b>Формирование рекламного бюджета в интернет-среде</b>  Формируемые компетенции ОК 02, ПК 3.2	<b>Содержание учебного материала</b>	2	
	Разработка рекламного бюджета факторами, определяющими объем рекламных затрат статьями рекламного бюджета.	2	
	<b>Практическое занятие</b>	4	
	<b>Практическое занятие №6:</b> Тест №6. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	4	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Балл
	<i>Самостоятельная работа</i>	2	
	Работа с конспектом лекций	2	
<b>Тема 7. Совершенствование рекламной деятельности предприятия в интернете</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	2	
	Методы совершенствования рекламной деятельности. предприятия. Анализ эффективности рекламной деятельности.	2	
	<i>Практическое занятие</i>	4	
Формируемые компетенции ОК 02, ПК 3.2	<i>Практическое занятие №7:</i> Тест №7. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов.	4	
	<i>Самостоятельная работа</i>	2	
	Работа с конспектом	2	
<b>МДК 03.03 Интернет-маркетинг в рекламе</b>		<b>118</b>	<b>100</b>
<i>4 семестр</i>			
<b>Тема 1</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>11</b>	
<b>Определение и основные понятия интернет-маркетинга</b>	Введение. Цели и задачи курса. Методы контроля. Определение Интернет-Маркетинга в рекламе. Продукт, цена, площадка, продвижение. Методологические источники Интернет-Маркетинга в рекламе (экономика, общая теория маркетинга, партизанский маркетинг) и смежные дисциплины (теория коммуникаций, информационный консалтинг, конкурентная разведка и пр). Web-приложения. Структура Web-приложений. Web-форма.	11	
Формируемые компетенции ОК 02, ПК 3.3	<i>Практическое занятие</i>	<b>11</b>	
	<i>Практическое занятие №1</i> Тест №1. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	11	
	<i>Самостоятельная работа</i>	<b>5</b>	
	Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к тестированию	5	
<b>Тема 2.</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>11</b>	
<b>Продукт. Позиционирование. Дизайн. Usability. Бизнес-планирование</b>	Отличия видов позиционирования. Четкое и нечеткое позиционирование: примеры. Дифференциация по видам деятельности. Различия в коммуникациях и продвижении b2b и b2c. Виды и модели работы электронных площадок.	11	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Балл
<p>Формируемые компетенции ОК 02, ПК 3.3</p>	<p>Важность и риски при разработке дизайна. Что такое usability и usability аудит. Применимость usability-анализа – всегда ли это необходимо. Что можно тестировать. Виды usability-тестирования. Что важнее – SEO-оптимизация или usability. Процесс разработки пользовательского интерфейса. Специализированные инструменты usability-тестирования и анализа. Подводные камни юзабилити тестирования</p>		
	<p><i>Практическое занятие</i></p>	<p><b>11</b></p>	
	<p><i>Практическое занятие №2</i> Тест №2. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов</p>	<p>11</p>	
	<p><i>Самостоятельная работа:</i></p>	<p><b>5</b></p>	
	<p>Работа с конспектом лекций</p>	<p>5</p>	
<p><b>Тема 3</b> <b>Способы продвижения и критерии оценки эффективности</b></p> <p>Формируемые компетенции ОК 02, ПК 3.3</p>	<p><i>Содержание учебного материала</i></p> <p>Ценовые модели размещения рекламы (СРМ, СРА и т.д.). Конверсия и ROI интернет-рекламы. Пост-клик маркетинг. Методы оптимизации конверсии. Сплит-тесты (А/Б тестирование). Механизмы отслеживания эффективности рекламы. Медийная реклама. Рынок интернет-рекламы: объемы и сегментация. Применимость различных методов рекламы. Баннеры (виды, типы размещений, технологии). Виды мобильных сервисов. Аудитория и статистика мобильного интернета. Маркетинг мобильных приложений. Монетизация мобильных сервисов и проблемы монетизации. Реклама в мобильных приложениях.</p> <p>Продвижение проектов. Социальное, вирусное, поисковое продвижение (аудит, рерайтинг, АГС фильтры, ТИЦ, PageRank). Статистика и охват аудитории. Прямой маркетинг (e-mail, RSS). Мобильный сайт или мобильное приложение? Критерии эффективности. Закупка новостного трафика (на примере Reedme, RedTram, marketgid). Контекстная реклама (Яндекс.Директ, Гугл.Адсенс, Бегун). Закупка целевого трафика с Яндекс.Маркет. Лидогенерация (плюсы и минусы).</p>	<p><b>10</b></p> <p>10</p>	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Балл
	<i>Практическое занятие</i>	<b>10</b>	
	<i>Практическое занятие №3:</i> Тест №3. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	10	
	<i>Самостоятельная работа:</i>	<b>6</b>	
	АРМы фармацевта	6	
<i>5 семестр</i>			
<b>Тема 4</b> <b>Мониторинг Интернет-проектов</b>  Формируемые компетенции ОК 02, ПК 3.3	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>10</b>	
	Выбор инструментов статистики. Системы статистики (Li.ru, Яндекс.Метрика, Google.Analytics). Отчеты TNS, Гэллоп Медиа по аудитории. Подборки новостей (на базе Google.Reader, Яндекс.Лента).	10	
	<i>Практическое занятие</i>	<b>10</b>	
	<i>Практическое занятие №4:</i> Тест №4. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	10	
	<i>Самостоятельная работа:</i>	<b>5</b>	
	Работа с конспектом лекций	5	
<b>Тема 5.</b> <b>Работа с интернет-аудиторией</b>  Формируемые компетенции ОК 02, ПК 3.3	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>4</b>	
	Определение целевой аудитории. Удержание и наращивание аудитории. Якорные сервисы. Работа с контентом. Внутренние коммуникации. Поучаем, развлекая. Работа с репутацией. Работа с отрицательными отзывами.	4	
	<i>Практическое занятие</i>	<b>4</b>	
	<i>Практическое занятие №5:</i> Тест №5. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	4	
	<i>Самостоятельная работа:</i>	<b>5</b>	
	Работа с конспектом лекций	5	
<b>Промежуточная аттестация – Зачет с оценкой</b>			<b>100</b>
<b>Производственная практика (ПП.03.01)</b>		<b>108</b>	108
Проанализировать основные элементы комплекса маркетинговых мероприятий. Проанализировать специфику комплекса маркетинга			

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Балл
	<p>для рекламы. Проанализировать рекламные услуги: классификация, основные формы реализации. Проанализировать рекламный продукт и требования, предъявляемые рынком к нему.</p> <p>Проанализировать особенности изготовления рекламного продукта в зависимости от стратегии рекламной кампании и средств распространения рекламы. Проанализировать проблемы при разработке и изготовлении рекламного продукта.</p> <p>Проанализировать общие принципы ценообразования на рекламную продукцию и рекламные услуги.</p> <p>Проанализировать правовое понятие и признаки рекламной информации. Проанализировать правовую классификация рекламной информации: на аудиторию, по территории распространения, по целевому назначению. Проанализировать общие и специальные требования к рекламе, закрепленные в рекламном законодательстве.</p> <p>Проанализировать правовое регулирование политической и социальной рекламы. Рассмотреть перечень товаров, работ, услуг, которые запрещено рекламировать на территории Российской Федерации. Описать правовые требования, предъявляемые к наружной рекламе. Подготовить правовую характеристику рекламы на транспортных средствах.</p>		
<b>Промежуточная аттестация МДК.03.01</b>		-	<b>100</b> Зачет с оценкой
<b>Промежуточная аттестация МДК.03.02</b>		-	-
<b>Промежуточная аттестация МДК.03.03</b>			<b>100</b> Зачет с оценкой
<b>Самостоятельная работа МДК. 03.01</b>		<b>22</b>	-
<b>Самостоятельная работа МДК.03.02</b>		<b>14</b>	-
<b>Самостоятельная работа МДК.03.03</b>		<b>26</b>	-
<b>Производственная практика</b>		<b>108</b>	-
<b>Экзамен по модулю</b>		<b>18</b>	<b>100</b>
<b>Итого</b>		<b>62/18</b>	<b>100*4</b>

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПМ.03 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий»**

#### **(МДК.03.01 Цифровой брендинг**

#### **МДК.03.02 Управление рекламной кампанией в сети Интернет**

#### **МДК.03.03 Интернет-маркетинг в рекламе)**

### **3.1. Материально-техническое обеспечение**

#### **МДК.03.01. Цифровой брендинг**

**Учебные аудитория**, для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой: специализированная мебель (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя), технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

**Учебная аудитория** для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации: специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

**Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:** специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

#### **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

##### **Основное оборудование:**

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

#### **Помещение для организации воспитательной работы**

Оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

#### **МДК.03.02 Управление рекламной кампанией в сети Интернет**

**Учебная аудитория**, для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой: специализированная мебель (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя), технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

**Учебная аудитория** для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации: специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

**Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:** специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

#### **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

##### Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

#### **Помещение для организации воспитательной работы**

Оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

### **МДК.03.03 Интернет-маркетинг в рекламе**

**Учебная аудитория**, для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой: специализированная мебель (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя), технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

**Учебная аудитория** для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации: специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

**Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:** специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

#### **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

##### Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-

образовательной среде.

#### **Помещение для организации воспитательной работы**

Оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

### **ПП.03.01 Производственная практика**

**Учебный кабинет** для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

#### **Основное оборудование:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

#### **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

#### **Основное оборудование:**

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

#### **Помещение для организации воспитательной работы**

Оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

### **ПМ.03.ЭК Экзамен по модулю**

**Учебный кабинет** для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

#### **Основное оборудование:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя) и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, мультимедийное оборудование (проектор, экран)):

#### **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

#### **Основное оборудование:**

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

#### **Помещение для организации воспитательной работы**

Оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

## **3.2. Информационное обеспечение обучения**

### ***Основная литература:***

1. Кульназарова, А. В. Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью : учебник для СПО / А. В. Кульназарова. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 143 с. — ISBN 978-5-4488-1602-4, 978-5-4497-2068-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/128353.html>

2. Комиссарова М.Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / Комиссарова М.Н.. — Саратов : Профобразование, 2021. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95594.html>

3. Катаев, А. В. Технологии маркетинга в интернет-среде : учебное пособие / А. В. Катаев, И. А. Названова. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2024. — 146 с. — ISBN 978-5-9275-4644-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/149683.html>

### ***Дополнительная литература:***

4. Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект : учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 3-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2024. — 262 с. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/139608.html>

5. Мельник, А. С. Коммуникационный дизайн : учебное пособие / А. С. Мельник. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2024. — 128 с. — ISBN 978-985-895-174-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/143018.html>

### ***Электронно-библиотечные системы:***

1. Цифровой образовательный ресурс IPR SMART. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/>.

2. Научная электронная библиотека. — URL: <https://www.elibrary.ru/defaultx.asp>.

3. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». — URL: <https://cyberleninka.ru/>.

### ***Современные профессиональные базы данных:***

1. Официальный интернет-портал правовой информации. — URL: <http://pravo.gov.ru/>.

### ***Информационные справочные системы:***

1. Министерство просвещения Российской Федерации. Банк документов. — URL: <https://docs.edu.gov.ru/#activity=106>.

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

Образовательная организация обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения:

**Лицензионное программное обеспечение:**

- Операционная система Microsoft Windows;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition;
- Антивирусная программа Dr.Web;
- Архиватор;
- Inkscape – векторный графический редактор <https://inkscape.org/ru/o-programye/>;
- Gimp – растровый графический редактор <http://www.progimp.ru/>;
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// <https://visualstudio.microsoft.com/ru/vs/community/>).

**Информационные ресурсы сети Интернет:**

№	Наименование ресурсов	Ссылка
1	Цифровой брендинг и его инструменты	<a href="https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoy-brening-i-ego-instrumenty?ysclid=m0tfhvg2nv465239817">https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoy-brening-i-ego-instrumenty?ysclid=m0tfhvg2nv465239817</a>
2	Цифровой брендинг на HSE Design	<a href="https://hse.design.ru/project/9a1113e983314cc2a32f2ebf657218da">https://hse.design.ru/project/9a1113e983314cc2a32f2ebf657218da</a>
3	Управление рекламной деятельностью в современных организациях (apni.ru)	<a href="https://apni.ru/article/2651-upravlenie-reklamnoj-deyatelnostyu-v-sovremen">https://apni.ru/article/2651-upravlenie-reklamnoj-deyatelnostyu-v-sovremen</a>
	Рекламный совет России	<a href="http://www.a-z.ru/assoc/osr/">www.a-z.ru/assoc/osr/</a>
	Ассоциация коммуникационных агентств России	<a href="http://www.akarussia.ru/">http://www.akarussia.ru/</a>

**3.3. Организация образовательного процесса**

Организации образовательного процесса должны способствовать применяемые в учебных заведениях методы дисциплинарной ответственности преподавателя и учащихся, строгое и систематическое планирование занятий, своевременное их проведение на должном педагогическом уровне.

**Порядок проведения учебных занятий по профессиональному модулю ПМ.03 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» (МДК.03.01 Цифровой брендинг МДК.03.02 Управление рекламной кампанией в сети Интернет МДК.03.03 Интернет-маркетинг в рекламе ПП.03.01 Производственная практика; ПМ.03.ЭК Экзамен по модулю) для инвалидов и лиц с ОВЗ**

Создание доступной среды для инвалидов и лиц с ОВЗ (далее – вместе лица/обучающиеся с ОВЗ) является одним из приоритетных направлений современной социальной политики. Доступное профессиональное образование для лиц с ОВЗ – одно из направлений социальной интеграции данной категории граждан в общество, поскольку образование – наиболее действенный социальный ресурс. Профессиональное образование позволяет лицам с ОВЗ повысить конкурентоспособность на рынке труда, создает основу для равных возможностей, повышает личностный статус.

Содержание рабочей программы профессионального модуля и условия организации обучения по данной рабочей программе профессионального модуля для инвалидов определяются в том числе в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии), для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья - на основе образовательных программ, адаптированных при необходимости для обучения указанных обучающихся (части 1 и 8 статьи 79 Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»).

Обучение по данному профессиональному модулю обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется Университетом Синергия с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем профессиональной подготовки научно-педагогических работников Университета Синергия, методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации обучающихся с ОВЗ и т.д.

В образовательном процессе по данному профессиональному модулю используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Технологии, используемые в работе с обучающимися с ОВЗ, учитывают индивидуальные особенности лиц с ОВЗ.

Все образовательные технологии применяются как с использованием универсальных, так и специальных информационных и коммуникационных средств, в зависимости от вида и характера ограниченных возможностей здоровья данной категории обучающихся.

При наличии в Университете Синергия лиц с ОВЗ образовательная деятельность по данному профессиональному модулю проводится:

- в форме контактной работы обучающихся с ОВЗ с педагогическими работниками Университета Синергия и (или) лицами, привлекаемыми Университетом Синергия к реализации данного профессионального модуля на иных условиях (далее – контактная работа). Контактная работа может быть аудиторной, внеаудиторной;
- в форме самостоятельной работы обучающихся с ОВЗ;

- в иных формах, определяемых Университетом Синергия в соответствии с его локальным нормативным актом, содержащим нормы, регулирующие образовательные отношения в части установления порядка организации контактной работы преподавателя с обучающимися.

Конкретные формы и виды самостоятельной работы обучающихся с ОВЗ устанавливаются преподавателем. Выбор форм и видов самостоятельной работы обучающихся с ОВЗ осуществляется с учетом их способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала. Формы самостоятельной работы устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге или на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся с ОВЗ предоставляется дополнительное время для консультаций и выполнения заданий.

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

При обучении по данному профессиональному модулю обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, обучающихся с ОВЗ в Университете Синергия созданы фонды оценочных средств, адаптированные для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в ОП результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Текущий контроль успеваемости осуществляется преподавателем и/или обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, а также при выполнении индивидуальных работ и домашних заданий, или в режиме тренировочного тестирования в целях получения информации о выполнении обучаемым требуемых действий в процессе учебной деятельности; правильности выполнения требуемых действий; соответствии формы действия данному этапу усвоения учебного материала; формировании действия с должной мерой обобщения, освоения (в том числе автоматизированности, быстроты выполнения) и т.д. Текущий контроль успеваемости для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья имеет большое значение, поскольку позволяет своевременно выявить затруднения и отставание в обучении и внести коррективы в учебную деятельность.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости студенту-инвалиду

предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на мероприятиях промежуточной аттестации.

Во исполнение приказов Минобрнауки России от 09.11.2015 № 1309 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи», от 02.12.2015 № 1399 «Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») Министерства образования и науки Российской Федерации по повышению значений показателей доступности для инвалидов объектов и предоставляемых на них услуг в сфере образования», письма Минобрнауки России от 12.02.2016 № ВК-270/07 «Об обеспечении условий доступности для инвалидов объектов и услуг в сфере образования» проведены обследование объектов Университета Синергия и услуг в сфере образования, оказываемых ему, на предмет их доступности для лиц с ОВЗ, и паспортизация его зданий.

На основе Паспорта доступности для инвалидов объекта и предоставляемых на нем услуг в сфере образования, разработанного по форме согласно письму Минобрнауки России от 12.02.2016 № ВК-270/07, согласованного с общественной организацией Всероссийского общества инвалидов, утверждён план действий Университета Синергия по повышению значений показателей доступности для инвалидов его объектов и услуг в сфере образования, оказываемых им (Дорожная карта), на период до 2030 г. По итогам проведённой паспортизации Университет Синергия признан условно доступным для лиц с ограниченными возможностями здоровья, что является достаточным основанием для возможности пребывания указанных категорий граждан в Университете Синергия и предоставления им образовательных услуг с учетом дальнейшего увеличения степени его доступности на основе реализации мероприятий Дорожной карты.

Создание безбарьерной среды Университета Синергия учитывает потребности следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с нарушениями зрения;
- с нарушениями слуха;
- с ограничением двигательных функций.

Обеспечение доступности, прилегающей к Университету Синергия территории, входных путей, путей перемещения внутри здания для различных нозологий.

Территория Университета Синергия соответствует условиям беспрепятственного, безопасного и удобного передвижения маломобильных студентов, обеспечения доступа к зданиям и сооружениям, расположенным на нем. Обеспечено доступность путей движения, наличие средств информационно-навигационной поддержки, дублирование лестниц подъемными устройствами, оборудование лестниц поручнями, контрастная окраска дверей и лестниц, выделение мест для парковки автотранспортных средств инвалидов и лиц с ОВЗ.

В Университете Синергия обеспечен один вход, доступный для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата. Помещения, где могут находиться люди на креслах-колясках, размещены на уровне доступного входа. При ином размещении помещений по высоте здания, кроме лестниц, предусмотрены, подъемные платформы для людей с ограниченными возможностями и лифт.

Комплексная информационная система для ориентации и навигации инвалидов и лиц с ОВЗ в архитектурном пространстве Университета Синергия включает визуальную, звуковую и тактильную информацию.

Наличие оборудованных санитарно-гигиенических помещений для студентов различных нозологий.

На каждом этаже обустроена одна туалетная кабина, доступная для маломобильных обучающихся. В универсальной кабине и других санитарно-бытовых помещениях, предназначенных для пользования всеми категориями студентов с ограниченными возможностями, установлены откидные опорные поручни, откидные сидения.

Наличие специальных мест в аудиториях для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

В каждом специальном помещении (учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования) предусмотрена возможность оборудования по 1 - 2 места для студентов-инвалидов по каждому виду нарушений здоровья - опорно-двигательного аппарата, слуха и зрения.

В стандартной аудитории первые столы в ряду у окна и в среднем ряду предусмотрены для обучаемых с нарушениями зрения и слуха, а для обучаемых, передвигающихся в кресле-коляске, - выделено 1 - 2 первых стола в ряду у дверного проема.

Для слабослышащих студентов использование сурдотехнических средств является средством оптимизации учебного процесса, средством компенсации, утраченной или нарушенной слуховой функции.

Технологии беспроводной передачи звука (FM-системы) являются эффективным средством для улучшения разборчивости речи в условиях профессионального обучения.

Учебная аудитория, в которой обучаются студенты с нарушением слуха, оборудована радиоклассом, компьютерной техникой, аудиотехникой (акустический усилитель и колонки), видеотехникой (мультимедийный проектор, экран), мультимедийной системой. Особую роль в обучении слабослышащих также играют видеоматериалы.

В Университете Синергия в наличии брайлевская компьютерная техника, программы-синтезаторы речи.

Компьютерные тифлотехнологии базируются на комплексе аппаратных и программных средств, обеспечивающих преобразование компьютерной информации в доступные для незрячей и слабовидящей формы (звуковое воспроизведение, рельефно-точечный или укрупненный текст), и позволяют обучающимся с нарушением зрения самостоятельно работать на обычном персональном компьютере с программами общего назначения.

Тифлотехнические средства, используемые в учебном процессе студентов с нарушениями зрения: средства для усиления остаточного зрения и средства преобразования визуальной информации в аудио и тактильные сигналы.

Для слабовидящих студентов в лекционных и учебных аудиториях предусмотрена возможность просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для удаленного просмотра.

Для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата используются альтернативных устройств ввода информации.

При процессе обучения по данному профессиональному модулю используются специальные возможности операционной системы Windows, такие как экранная клавиатура, с помощью которой можно вводить текст, настройка действий Windows при вводе с помощью клавиатуры или мыши.

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

Организация образовательного процесса по профессиональному модулю осуществляется в соответствии с ФГОС СПО по профессии, с рабочим учебным планом, программой профессионального модуля, с расписанием занятий; с требованиями к результатам освоения профессионального модуля: компетенциям, практическому опыту, умениям и знаниям.

В процессе освоения модуля используются активные и интерактивные формы проведения занятий с применением электронных образовательных ресурсов: лекции, семинары, практические занятия, в том числе с приглашением работодателей, анализ производственных ситуаций, ознакомительные экскурсии в учреждения будущей профессиональной деятельности обучающихся, и т.п. в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций студентов.

Студентам обеспечивается возможность формирования индивидуальной траектории обучения в рамках программы модуля; организуется самостоятельная работа студентов под управлением преподавателей и предоставляется консультационная помощь.

В рамках профессионального модуля предусмотрена производственная практик в объеме 108 часов.

Для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (при их наличии) выбор мест прохождения практик учитывает состояние здоровья и требования по доступности.

#### **4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПМ.03**

##### **«Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий»**

Образовательное учреждение, реализующее подготовку по программе профессионального модуля, обеспечивает организацию и проведение текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль производится преподавателем в процессе обучения.

Обучение по профессиональному модулю завершается экзаменом по модулю, который проводит экзаменационная комиссия.

Формы и методы текущего и итогового контроля по профессиональному модулю разрабатываются Университетом Синергия и доводятся до сведения обучающихся не позднее начала двух месяцев от начала обучения.

Для текущего и итогового контроля образовательным учреждением создаются фонды оценочных средств (ФОС).

ФОС включают в себя педагогические контрольно – измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям результатов подготовки (таблицы).

<b>Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля</b>	<b>Критерии оценки текущего контроля успеваемости</b>	<b>Формы и методы оценки</b>
ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Подготавливает исходные данные для проектирования, в том числе для разработки отдельных архитектурных и объемно-планировочных решений; Разрабатывает отдельные архитектурные и объемно-планировочные решения в составе проектной документации; Оформляет графически и текстом проектную документацию по разработанному отдельным архитектурным и объемно-планировочным решениям; Осуществляет поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности; Планирует и реализовывает собственное профессиональное и личностное развитие; Содействует сохранению окружающей среды,	Формы контроля обучения: Текущий контроль: Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, разбор конкретных ситуаций, профессиональные тренинги: прохождение практики (отчет по учебной, производственной практикам) Промежуточная аттестация. Методы оценки результатов обучения: - формализованное наблюдение за

<p>ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности</p> <p>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</p> <p>ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде</p> <p>ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста</p> <p>ОК 06 Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных</p>	<p>ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;</p>	<p>деятельностью студента и оценка на практическом занятии;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценка самостоятельности и творческого подхода;</li> <li>- оценка выполнения индивидуальных заданий;</li> <li>- оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;</li> <li>- проверка и оценка отчета по учебной практике</li> </ul> <p>накопительная оценка</p>
--	--	---

<p>отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях ОК 08 Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках</p>		
--	--	--

**Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по профессиональному модулю.**

**Порядок проведения учебных занятий по профессиональному модулю**

Промежуточная аттестация по ПМ.03 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» проводится в форме экзамена по модулю; зачета с оценкой по МДК.03.01 Цифровой брендинг; зачета с оценкой по МДК.03.03 Интернет-маркетинг в рекламе; зачета с оценкой по производственной практике.

Форма контроля	Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Экзамен по модулю ОК 01 – ОК 09,	Экзамен по модулю включает в себя: выполнение заданий (1-2 типа), защита отчета	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

Форма контроля	Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
ПК 3.1 – ПК 3.3	<p>по практике:</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;</p> <p>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения модуля в процессе прохождения учебной практики.</p>	<p>Задание 1: 0-30 баллов  Задание 2: 0-30 баллов  Задание 3: 0-40 баллов  <b>-90 и более (отлично)</b> –  Задания 1, 2 - ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Практическое задание выполнено правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p>Задания 3 - выполнил индивидуальное задание по учебной практике; в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые в полной мере соответствуют области профессиональной деятельности; во время защиты свободно, исчерпывающе и аргументированно ответил на все вопросы по существу; правильно оформил отчет о прохождении учебной практики; имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.  <b>-70 и более (хорошо)</b>–  Задания 1,2 -ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход выполнения практического задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p>Задания 3 - выполнил индивидуальное задание по учебной практике; в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые в полной мере соответствуют области профессиональной деятельности; во время защиты</p>

Форма контроля	Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
		<p>ответил на все вопросы по существу без должной аргументации; оформил отчет о прохождении учебной практики с незначительными недостатками; имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</p> <p><b>-50 и более (удовлетворительно)</b></p> <p>Задание 1, 2 – ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Практическое задание выполнено частично.</p> <p>Задания 3 - выполнил индивидуальное задание по учебной практике не в полном объеме; в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые частично соответствуют области профессиональной деятельности; во время защиты ответил не на все вопросы по существу; оформил отчет о прохождении учебной практики с недостатками; имеет удовлетворительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</p> <p><b>-Менее 50 (неудовлетворительно)</b></p> <p>Задание 1, 2 – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Практическое задание не выполнено.</p> <p>Задания 3 – не выполнил индивидуальное задание по учебной практике; в период прохождения практики выполнил спектр функций, которые не соответствуют области профессиональной деятельности; во время защиты не ответил на заданные вопросы</p>

Форма контроля	Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
		или ответил неверно, не по существу; неправильно оформил отчет о прохождении учебной практики; имеет отрицательное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.
Зачет с оценкой ОК 01 – ОК 09, ПК 3.1 – ПК 3.3	<p>Зачет с оценкой представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины (курса), а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины (курса), понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины (курса) и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности</p> <p>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины (решение задачи).</p>	<p>Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:</p> <p>1 вопрос: 0-30; 2 вопрос: 0-30; 3 вопрос: 0-40.</p> <p><b>«Зачтено»</b></p> <p>— <b>90-100 (отлично)</b>– ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p>— <b>70 -89 (хорошо)</b> – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p>— <b>50-69 (удовлетворительно)</b> – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология.</p> <p><b>«Не зачтено»</b></p> <p>— <b>менее 50 баллов неудовлетворительно)</b> – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные.</p>
Зачет с оценкой производственная практика ОК 01 –ОК 9 ПК 3.1 - ПК 3.3	<p>Зачет с оценкой по производственной практике представляет собой проверку выполнения обучающимся заданий практики и подтверждением его результатов</p> <p>Отчет по производственной практике:</p> <p>Предоставление отчета о прохождении производственной</p>	<p>Оценка по практике формируется на основе показателей и критериев оценивания результатов прохождения практики:</p> <p>1. Наличие источников информации в соответствии с индивидуальным заданием – 5 баллов.</p> <p>2. Наличие актуальных</p>

	практики	<p>первичных данных, материалов – 5 баллов.</p> <p>3. Выполнение требований к содержательной части отчета, соответствие видов работы индивидуальному заданию – 20 баллов.</p> <p>4. Оценка степени самостоятельности проведенного анализа – 20 баллов.</p> <p>5. Оценка качества проведенного анализа собранных материалов, данных – 20 баллов.</p> <p>6. Выполнение требований к экспериментально-практической работе в рамках освоения вида деятельности – 20 баллов.</p> <p>7. Выполнение требований к оформлению отчета по практике, содержащего базовую и информационно-вспомогательную информацию по итогам ее прохождения – 10 баллов.</p> <p><b>Итоговая оценка: Зачтено с оценкой: «Отлично» -90-100; «Хорошо» -89-70; «Удовлетворительно» -69-50; «Неудовлетворительно» - 49-0.</b></p>
--	----------	---

***Типовые задания для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по МДК.03.01 Цифровой брендинг (Зачет с оценкой)***

***Задания 1 типа***

1. Что такое цифровой брендинг и в чем его отличие от традиционного брендинга?
2. Каковы основные элементы стратегии бренда в цифровой среде?
3. Что такое уникальное торговое предложение (УТП) и как оно должно быть адаптировано для различных цифровых каналов?
4. Какие факторы важно учитывать при создании цифровой идентичности бренда?
5. Каковы преимущества и недостатки использования социальных медиа для продвижения бренда?
6. Какие цифровые платформы наиболее эффективны для продвижения

брендов и почему?

7. Чем отличается контент-маркетинг от традиционных форм рекламы?
8. Как можно использовать блоги для укрепления бренда?
9. Какие методы анализа аудитории являются наиболее эффективными в цифровом брендинге?
10. Приведите примеры успешного использования электронной почты в стратегии цифрового брендинга.
11. Какие основные метрики следует отслеживать для оценки эффективности цифровой рекламной кампании?
12. Что такое SEO и SEM, и как они могут способствовать повышению видимости бренда?
13. Как Google Analytics может помочь в управлении и оптимизации цифровых кампаний?
14. Какие социальные медиа каналы больше всего подходят для брендинга и почему?
15. Как можно измерить рентабельность инвестиций (ROI) в цифровом маркетинге?
16. Как стратегии контент-маркетинга адаптируются к различным целевым аудиториям?
17. Что такое вирусный маркетинг и какие риски он влечет для бренда?
18. Какие виды цифрового контента наиболее эффективно привлекают внимание?
19. Как можно использовать аналитику для улучшения пользовательского опыта на сайте бренда?
20. Какие основные закономерности поведения потребителей влияют на стратегию цифрового брендинга?
21. В чем различие между массовой и целевой рекламой в контексте цифровых кампаний?
22. Какие принципы эффективной интеграции онлайн и оффлайн активностей бренда?
23. Как изменения в технологиях могут влиять на стратегии цифрового брендинга в будущем?
24. Почему важно постоянно мониторить конкурентов в рамках стратегии цифрового брендинга?
25. Какие этапы должны быть пройдены при разработке цифровой стратегии для нового бренда?

### ***Задания 2 типа***

1. Как бы вы улучшили видимость малоизвестного бренда в социальных сетях?
2. Какие стратегии вы бы применили для повышения узнаваемости бренда через SEO?
3. Какие инструменты аналитики вы бы использовали для отслеживания эффективности онлайн-кампании?

4. Какие шаги вы предпримете для адаптации брендового сообщения при целевом охвате разных географических рынков в интернете?

5. Как вы внедрите систему управления контентом для постоянного обновления и отслеживания влияния контента на бренд?

6. Как вы примените знания о пользовательском поведении при создании цифровой рекламной стратегии?

7. Как бы вы структурировали кампанию в социальных медиа для продвижения нового продукта?

8. Как различные платформы цифровой рекламы могут быть использованы для решения конкретных проблем бренда?

9. Какие методы вы бы использовали для измерения и анализа реакции аудитории на новую маркетинговую кампанию?

10. Каким образом вы бы внедрили мультиканальный подход в продвижении бренда?

11. Какие факторы вы бы учитывали при выборе инфлюенсеров для сотрудничества с брендом?

12. Как анализ конкурентов может помочь в определении стратегического направления цифрового брендинга?

13. Какие кризисные сценарии могут возникнуть в цифровом маркетинге и как с ними бороться?

14. Какие аспекты юзабилити сайта наиболее важны для поддержания имиджа бренда?

15. Каким образом можно использовать данные из отзывов клиентов для улучшения стратегии брендинга?

16. Какие этические принципы необходимо учитывать при разработке цифровых кампаний?

17. Каким образом изменения в технологиях влияют на стратегии брендинга?

18. Как стратегия контент-маркетинга может быть адаптирована под разные культурные контексты?

19. Какие поведенческие паттерны потребителей важно учитывать при планировании цифровых кампаний?

20. Как оценить эффективность кампании по вовлечению потребителей через цифровые каналы?

21. Какие инновационные методы цифрового брендинга вы бы предложили для стартапа с ограниченным бюджетом?

22. Какие риски могут возникнуть при использовании автоматизированных инструментов в управлении социальными медиа?

23. Какие методы можно использовать для определения ROI в цифровом брендинге?

24. Как бы вы подошли к выбору подходящих технологий для сбора и анализа данных о потребителях?

25. Как могут быть использованы результаты A/B тестирования для оптимизации цифровых стратегий бренда?

### *Задания 3 типа*

1. Опишите принципы эффективного цифрового брендинга.
2. Приведите пример успешной цифровой рекламной кампании и объясните, почему она работает.
3. Какие основные инструменты SEO используются для повышения узнаваемости бренда?
4. Перечислите 5 популярных платформ для цифрового брендинга и объясните, как их можно использовать.
5. Создайте простой план поста в социальных сетях для продвижения нового продукта.
6. Какие метрики следует использовать для оценки успеха кампании в социальных медиа?
7. Опишите, как можно использовать контент-маркетинг для укрепления бренда.
8. Как изменения в алгоритмах социальных сетей могут повлиять на стратегию цифрового брендинга?
9. Приведите примеры того, как можно интегрировать видеоконтент в стратегию цифрового брендинга.
10. Как можно измерить ROI цифровой рекламной кампании?
11. Какие правила следует соблюдать при создании электронных рассылок?
12. Объясните, как можно использовать аналитику для улучшения дизайна веб-сайта бренда.
13. Какие есть способы защиты репутации бренда в интернете?
14. Подготовьте краткий обзор инструментов для управления социальными медиа.
15. Какие элементы следует учитывать при разработке мобильной стратегии для бренда?
16. Объясните, почему важно поддерживать целостность бренда в разных цифровых каналах.
17. Предложите идеи для интерактивных фиच, которые могут повысить вовлеченность пользователей.
18. Как можно использовать блоги для улучшения SEO и привлечения целевой аудитории?
19. Подготовьте пример email-кампании для специального предложения или скидки.
20. Какие юридические аспекты следует учитывать при создании цифровых рекламных материалов?
21. Перечислите способы, которыми можно улучшить пользовательский опыт на сайте бренда.
22. Объясните, как можно адаптировать цифровые стратегии для различных культурных и рыночных условий.
23. Опишите процесс выбора и сотрудничества с инфлюенсерами для бренда.

24. Какие факторы следует учитывать при определении бюджета на цифровой брендинг?

25. Приведите пример кампании для повышения узнаваемости бренда с использованием мультиканального подхода.

***Типовые задания для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по МДК.03.03 Интернет-маркетинг в рекламе (Зачет с оценкой)***

***Задания 1 типа***

1. Определение и основные понятия интернет-маркетинга
2. Комплекс Интернет-маркетинга.
3. Конвергенция элементов комплекса маркетинга.
4. Особенности и преимущества Интернет-маркетинга.
5. Психологические и социологические характеристики Internet.
6. Становление сетевого сообщества.
7. Модели поведения посетителей сайтов.
8. Информационная безопасность.
9. Разработка Интернет-стратегии компаний
10. Этапы разработки стратегии.
11. Исследования при планировании Интернет-стратегии компании.
12. Анализ целевых аудиторий компании в сети Интернет.
13. Анализ конкурентной среды.
14. Правовое регулирование электронных сообщений.
15. Правовая оценка рекламы.
16. Медиапланирование в Интернет.
17. Оценка эффективности рекламной компании.
18. Создание проектов. Сетевой график. Критический путь.
19. Сайт как эффективный инструмент маркетинга
20. Выбор имени домена.
21. Типы сайтов.
22. Правовые аспекты сайта.
23. Язык гипертекстовой разметки.
24. Основные теги HTML. Порядок следования открывающих и закрывающих тегов.

## 25. Поисковые машины и каталоги

### **Задания 2 типа**

1. Проектирования и эксплуатации информационных систем с использованием современных методов управления проектами, маркетинга и менеджмента Обоснуйте ответ.
2. ИТ решения задач управления Обоснуйте ответ.
3. ИТ стратегического менеджмента Обоснуйте ответ.
4. ИТ логистической деятельности Обоснуйте ответ.
5. ИТ в финансовом менеджменте Обоснуйте ответ.
6. ИТ в управлении персоналом Обоснуйте ответ.
7. ИТ производственного менеджмента Обоснуйте ответ.
8. ИТ управления фирмой Обоснуйте ответ.
9. Защита от несанкционированного доступа в системах обработки данных Обоснуйте ответ.
10. Разработка политики безопасности предприятия Обоснуйте ответ.
11. Составные части сети предприятия Обоснуйте ответ.
12. Политика в отношении информации Обоснуйте ответ.
13. Технологии безопасности данных Обоснуйте ответ.
14. Рекомендации по защите информации Обоснуйте ответ.
15. Административная группа управления защитой Обоснуйте ответ.
16. Определение информации, подлежащей защите Политика безопасности для работы в Интернете Обоснуйте ответ.
17. Дайте определение проекта. Обоснуйте ответ.
18. Перечислите существенные признаки проекта. Обоснуйте ответ.
19. По каким признакам классифицируются проекты? Обоснуйте ответ.
20. Перечислите фазы жизненного цикла проекта. Обоснуйте ответ.
21. Назовите основные функции менеджера проекта. Обоснуйте ответ.
22. Что входит в этап планирования проекта? Обоснуйте ответ.
23. Охарактеризуйте основные программные средства управления проектом. Обоснуйте ответ.
24. Какие факторы способствуют успешной реализации проекта? Обоснуйте ответ.
25. Перечислите и охарактеризуйте виды связей между работами проекта. Обоснуйте ответ.

### **Задания 3 типа**

## Примеры тестовых заданий

1. Точками контакта в DIGITAL можно считать:

- \*буклет
- \*логотип
- \*слоган
- \*сайт

2. К этапам развития медиаплана относят:

- \*Анализ маркетинговой ситуации
- \*интеграция с каналами коммуникаций
- \*формирование документа (-ов)
- \*определение приоритетных рекламных каналов

3. Какие группы параметров эффективности существуют:

- \*организационные
- \*ситуационные
- \*экономические
- \*стратегические

4. Какую метрику в интернет-маркетинге считают основной?

- \*СРМ
- \*СРА
- \*СРV
- \*СРС

5. Какие факторы влияют на выбор специалистов?

- \*навыки
- \*мировоззрение
- \*связи
- \*расходы на содержание

6. Какие этапы входят в схему AIDA?

- \*Internet
- \*Action
- \*Interest
- \*Attention

7. Что НЕ относят к основным каналам продвижения?

- \*Реклама в СМИ
- \*SEO
- \*анкетирование
- \*контент-маркетинг

8. Что дают данные веб-аналитики Яндекс.Метрики?

- \*удовлетворение потребностей пользователей сайта
- \*достижение своих целей/целей бизнеса
- \*контроль процессов бизнеса в интернете
- \*возможность увеличения прибыли

9. Какие типы команд существуют?

- \*сам + ассистент
- \*аутсорсинг
- \*сам + команда в штате

\*сам + ассистент + команда в штате и подрядчики

10. Что из перечисленного относят к задачам интернет-маркетолога?

\*брендинг

\*формирование потребности в товаре

\*аудит юзабилити

\*удержание клиентов

11. Какие существуют подходы к контролю ежегодных планов?

\*анализ сбыта

\*финансовый анализ деятельности предприятия

\*финансовый анализ спроса

\*сравнение затрат и продаж

12. Что входит в схему процесса контроля?

\*анализ деятельности

\*постановка целей

\*корректирующие действия

\*ценообразование

13. К основным плюсам E-mail-маркетинга относят:

\*легкость в аналитике

\*низкую стоимость

\*репутацию

\*производительность

14. К основным недостаткам колл-трекинга относят:

\*нецелевые звонки

\*работу с оборудованием

\*высокую стоимость

\*получение информации о каждой конверсии

15. Какой элемент лишний в воронке продаж?

\*привлечение ЦА

\*удержание посетителей

\*возврат посетителей

\*увеличение продаж на 10%

16. Что позволяют делать колл-трекеры?

\*вычислять эффективность рекламных каналов

\*проводить опросы и анкетирования

\*автоматически фиксировать все звонки

\*интегрировать данные с системами аналитики

17. Какие специальности по типам задач существуют?

\*технические

\*задачи упаковки

\*маркетинговые

\*задачи бизнеса

18. Что из перечисленного НЕ входит в анкету воронки?

\*инсайт

\*выгода

\*запуск

\*обратная связь

19. Что относят к HARD-SKILLS

\*управление отношениями

\*анализ и цифры

\*работа с оборудованием

\*ощущения и экспертиза

20. Какие три схемы планирования существуют?

\*формализованная

\*долговременная

\*стратегическая

\*ситуационная

21. Что НЕ относят к конверсионному пути клиента?

\*перешел на сайт

\*купил

\*рассказал друзьям

\*сделал выбор на сайте

22. Что НЕ отображает отчет по конверсиям?

\*количество достижений цели

\*анализ источников

\*конверсию

\*количество целевых визитов

23. Какая из “матрешек” лишняя?

\*модель бизнеса

\*интернет-маркетинг

\*оборот

\*запуск

24. Что НЕ относят к артефактам?

\*сайт

\*специальные условия и акции

\*контент-маркетинг

\*группа в мессенджере

25. Что относят к целевым величинам интернет-маркетинга?

\*способности

\*товарооборот

\*ценообразование

\*ценности

***Типовые задания для проведения промежуточной аттестации по профессиональному модулю – экзамен по модулю***

***Задание 1 типа***

1. Медийная реклама 2. Контекстная реклама 3. Поисковая реклама 4. Геоконтекстная реклама 5. Вирусная реклама 6. Продакт-плейсмент (в онлайн-играх) 7. Реклама в блогах 8. Интерстильная реклама 9. Этапы работы над контекстной рекламной кампанией 10. Оценка эффективности баннерной

## рекламы 11. Эффективность мероприятий Интернет маркетинга

Перечень вопросов для рубежных контролей:

- 1 Рынок услуг, оказываемых через Интернет.
- 2 Рыночная и социальная сферы в информационном обществе.
- 3 Определение цены в сети Интернет.
- 4 Связи с общественностью в сети Интернет.
- 5 Генезис модели информационного общества
- 6 Организация маркетинговых исследований в сети Интернет.
- 7 Сетевые технологии для решения задач маркетинга.
- 8 Основные коммерческие системы управления базами данных для решения задач маркетинга.
- 9 Система распределения в сети Интернет.
- 10 Защита информационных потоков.
- 11 Основные направления развития методов обработки и хранения данных.
- 12 Комплекс электронного маркетинга.
- 13 Формирование ценовой политики в сети Интернет.
- 14 Корпоративные информационные системы.
- 15 Службы Интернета.
- 16 Лидогенерация как направление в интернет-маркетинге
- 17 Виды лидов и способы оплаты
- 18 Источники лидов
- 19 Необходимые интернет-сервисы для создания сайта
- 20 Лидогенерация как направление в интернет-маркетинге
- 21 Виды лидов и способы оплаты
- 22 Обзор и сравнительный анализ инструментов веб-аналитики
- 23 Виды способов сбора данных
- 24 Типы сайтов.
- 25 Настройка целей и анализ конверсий

### ***Задание 2 типа***

1. Сущность лэндинга. Виды и методы создания. Обоснуйте ответ.
2. Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C). Преимущества и недостатки. Обоснуйте ответ.
3. Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки. Обоснуйте ответ.
4. Назовите модели поведения посетителей сайтов. Опишите технологии работы с моделями поведения посетителей сайтов. Обоснуйте ответ.
5. Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет с электронным кошельком: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька). Обоснуйте ответ.
6. Понятие и преимущества лидогенерации. Виды лидов. Лидогенерация как бизнес-процесс. Обоснуйте ответ.

7. Методы лидогенерации Маркетинговое обеспечение лидогенерации. Обоснуйте ответ.

8. E-mail маркетинг. Технология осуществления рассылки. Опишите результат автоматизированных серий писем. Обоснуйте ответ.

9. Стратегия сегментации в E-mail маркетинге. Экономическая эффективность массовых рассылок. Тенденции современного E-mail маркетинга. Обоснуйте ответ.

10. Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет с электронным кошельком: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька). Обоснуйте ответ.

11. Лэндинг. Методы и факторы успеха. Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C). Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Обоснуйте ответ.

12. Преимущества электронного бизнеса. Преимущества и недостатки. Причины перехода в киберпространство. Обоснуйте ответ.

13. Опишите пошагово процесс создания и регистрация сайта.

14. Разработка SEO -friendly сайта. Обоснуйте ответ.

15. Назовите виды интернет-рекламы. Опишите сервисы контекстной рекламы. Обоснуйте ответ.

16. Опишите технологию проведения анализа эффективности контекстной рекламы. Обоснуйте ответ.

17. Медиапланирование в Интернет. Критерии выбора рекламных носителей. Оценка эффективности рекламной кампании. Обоснуйте ответ.

18. SMM. Методы и стратегии. Обоснуйте ответ.

19. Сравнительная характеристика социальных сетей в Рунете. Особенности продвижения в социальных сетях. 20 PR в интернет. Обоснуйте ответ.

20. Опишите технологию модели электронного бизнеса и их характеристика. Обоснуйте ответ.

21. Сущность и функции браузера. Сравнение популярных браузеров. Обоснуйте ответ.

22. Требования к Интернет-магазину. Обработка заказа. Управление магазином. Обоснуйте ответ.

23. Партнерский маркетинг. Партнерские программы, виды, поиск, управление. Обоснуйте ответ.

24. SEO. Алгоритм работы поисковой системы. Обоснуйте ответ.

25. Внутренняя оптимизация сайта. Службы Интернет и их характеристика. Обоснуйте ответ.

### ***Задание 3 типа***

**На основе полученных в результате прохождения практики навыков, ответьте на следующее вопросы:**

#### **Задание 1.**

Разработать информационное письмо для проведения научной конференции, выставки или другого событийного мероприятия. 2.

Осуществить рассылку. 3. Этапы работы оформить в виде презентации в Power Point.

### **Задание 2.**

Зарегистрироваться в одной из социальных сетей Создать сообщество. Подготовить контент Разработать стратегию продвижения группы Разработать рекламную или PR кампанию по продвижения товаров и услуг с использованием мессенджеров (WhatsApp, Viber, Facebook Messenger, Telegram, Skype, ICQ, Google Hangouts) Результаты представить в виде презентации в Power Point

### **Задание 3.**

1. Разработать стратегию создания продающего сайта 2. Рассчитать плановую экономическую эффективность бизнес-идеи 3. Результаты представить в виде отчетов в СППР Project Expert

### **Задание 4.**

1. Ознакомиться с возможностями систем контекстной рекламы Яндекс. Директ и Google AdWords 2. Разработать стратегию проведения рекламной кампании в одной из систем. 3. Результаты представить в виде презентации в Power Point

### **Задание 5.**

Сформировать контент-стратегию для вашего проекта:

- Предварительный анализ контента
- Исследование контента
- Формирование контент-стратегии
- Изучение видов контента
- Управление контентом
- Разработка фирменного стиля статей
- Создание адаптивного и удобного контента

## І. ПРИЛОЖЕНИЯ

(комплект отчетной документации в случае, если обучающийся проходит практическую подготовку на базе профильного структурного подразделения Университета «Синергия»)



Приложение 1.1.  
Шаблон оформления индивидуального задания

Негосударственное образовательное частное учреждение  
высшего образования  
«Московский университет «Синергия»

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета

\_\_\_\_\_  
Университета «Синергия»

Специальность: \_\_\_\_\_  
(код и наименование специальности)

\_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)  
М.П.

### Индивидуальное задание

по \_\_\_\_\_ практике  
(наименование вида практики)

по профессиональному модулю ПМ.ХХ  
(наименование профессионального модуля)

обучающегося группы \_\_\_\_\_  
(шифр)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. обучающегося)

№ п/п	Виды работ	Период выполнения работ <sup>1</sup>
1.	<p><b>Ознакомительная лекция, включая инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов.</b></p> <p>Пройти инструктивное совещание с руководителем практической подготовки от Образовательной организации, на котором ознакомиться с кругом обязанностей по определенным видам работ, связанным с будущей профессиональной деятельностью, а также уточнить правила в отношении субординации, внешнего вида, внутреннего трудового распорядка и режима конфиденциальности.</p> <p>Пройти инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов (в случае медицинских противопоказаний к выполнению определенных видов деятельности – принести подтверждающую справку из медицинского учреждения).</p>	<p><i>Первый день практической подготовки</i></p>

<sup>1</sup> Сроки организации практической подготовки определяются учебным планом в соответствии с календарным учебным графиком.

2.	<p><b>Изучение организационной структуры исследуемой организации – объекта прохождения практики.</b>  Знакомство с профилем деятельности исследуемой организации в целом и со структурой подразделения прохождения практики.  Изучение нормативных документов, регламентирующих деятельность исследуемой организации.  ....  ....  ....</p>	
3.	<p><b>Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников.</b>  ....  ....  ....</p>	<i>Со второго по предпоследний день практической подготовки</i>
4.	<p><b>Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых умений и практического опыта работы по специальности в рамках освоения вида деятельности ВД Х.</b>  _____  _____  _____  ....  ....  ....</p>	
5.	<p><b>Обработка и систематизация полученного фактического материала.</b>  С целью подготовки к сдаче экзамена по модулю/ экзамена квалификационного по профессиональному модулю ПМ.ХХ _____ осуществить комплексный анализ результатов выполненных видов работ, оформить презентационные материалы, разработать свои предложения и рекомендации на основе сравнения полученных в процессе обучения теоретических знаний с навыками, полученными в период прохождения практики.</p>	<i>Предпоследний день практической подготовки</i>
6.	<p><b>Оформление отчетных документов о прохождении практики и экспертная оценка результатов ее прохождения.</b>  <i>Оформить отчет о прохождении практики</i> в формате презентации PowerPoint, содержащий базовую и информационно-вспомогательную информацию, согласно структуре, указанной в настоящем индивидуальном задании.  Разместить полностью оформленный комплект отчетной документации по практике в электронной информационно-образовательной среде Университета «Синергия» на платформе lms.synergy.ru руководителю практики от Образовательной организации для экспертной оценки результатов ее прохождения.</p>	<i>Последний день практической подготовки</i>

Обучающийся индивидуальное задание получил(а): \_\_\_\_\_ (подпись) \_\_\_\_\_ (расшифровка)

## Приложение 1.2.

Шаблон оформления отчета о прохождении практики, содержащего базовую и информационно-вспомогательную информацию согласно структуре, указанной в индивидуальном задании

 УНИВЕРСИТЕТ  
СИНЕРГИЯ

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»  
Факультет \_\_\_\_\_  
Кафедра \_\_\_\_\_

**ОТЧЕТ**  
о прохождении \_\_\_\_\_ практики  
по профессиональному модулю ПМ.ХХ  
в период с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
Специальность ХХ.ХХ.ХХ \_\_\_\_\_

ФИО обучающегося: \_\_\_\_\_  
Группа: \_\_\_\_\_  
ФИО Руководителя: \_\_\_\_\_



## Содержание

1. Инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов
2. Изучение организационной структуры исследуемого предприятия
3. Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников
4. Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых знаний, умений и практического опыта работы по специальности в рамках освоения вида деятельности ВД Х. \_\_\_\_\_
5. Обработка и систематизация полученного фактического материала



## Аттестационный лист

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. обучающегося)  
обучающий(ая)ся группы \_\_\_\_\_ по специальности **XX.XX.XX** \_\_\_\_\_,  
(шифр) (код и наименование специальности)  
успешно прошел(ла) \_\_\_\_\_ практику по профессиональному модулю  
(наименование вида практики)  
**ПМ.XX**

\_\_\_\_\_  
(наименование профессионального модуля)  
в объеме \_\_\_\_\_ часов<sup>2</sup> с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года по «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года<sup>3</sup>.

**I. Заключение-анализ результатов освоения программы практики:**

Индивидуальное задание по \_\_\_\_\_ практике  
(наименование вида практики)  
по профессиональному модулю **ПМ.XX** \_\_\_\_\_ обучающимся  
(наименование профессионального модуля)

(нужное отметить ✓):

- выполнено;
- выполнено не в полном объеме;
- не выполнено;

**Работа с источниками информации (нужное отметить ✓):**

**Обучающийся:**

- осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена по модулю;
- осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые частично могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена по модулю;
- не осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, или данные материалы не могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена по модулю;

**Владение материалом по \_\_\_\_\_ практике (нужное отметить ✓):**  
(наименование вида практики)

**Обучающийся:**

- умело анализирует полученный во время практики материал;
- анализирует полученный во время практики материал;
- недостаточно четко и правильно анализирует полученный во время практики материал;
- неправильно анализирует полученный во время практики материал;

**Задачи, поставленные на период \_\_\_\_\_ практики,**  
(наименование вида практики)

**обучающимся (нужное отметить ✓):**

- решены в полном объеме;

<sup>2</sup> Объем часов указывается из расчета 36 часов в неделю. Например, определен срок организации практической подготовки – 2 недели, что составляет 72 часа.

<sup>3</sup> Сроки организации практической подготовки определяются учебным планом в соответствии с календарным учебным графиком.

- решены в полном объеме, но не полностью раскрыты;
- решены частично, нет четкого обоснования и детализации;
- не решены;

**Спектр выполняемых обучающимся функций в период прохождения**  
 \_\_\_\_\_ **практики области профессиональной**  
**деятельности** (наименование вида практики)

**по профессиональному модулю ПМ.ХХ \_\_\_\_\_ (нужное отметить ✓):**  
 (наименование профессионального модуля)

- соответствует;
- в основном соответствует;
- частично соответствует;
- не соответствует;

**Оформление обучающимся отчета по \_\_\_\_\_ практике**  
 (наименование вида практики)

**(нужное отметить ✓):**

- отчет о прохождении практики оформлен правильно;
- отчет о прохождении практики оформлен с незначительными недостатками;
- отчет о прохождении практики оформлен с недостатками;
- отчет о прохождении практики оформлен неверно;

**В соответствии с видами работ, предусмотренными рабочей программой**  
**профессионального модуля ПМ.ХХ \_\_\_\_\_, обучающийся**  
 (наименование профессионального модуля)

**продемонстрировал следующий уровень владения общими компетенциями:**

- высокий;
- средний;
- низкий;

**В соответствии с видами работ, предусмотренными рабочей программой**  
**профессионального модуля ПМ.ХХ \_\_\_\_\_, обучающийся**  
 (наименование профессионального модуля)

**продемонстрировал следующий уровень владения профессиональными**  
**компетенциями:**

- высокий;
- средний;
- низкий.

*Примечание:*

- Высокий уровень – обучающийся уверенно демонстрирует готовность и способность к самостоятельной профессиональной деятельности не только в стандартных, но и во внештатных ситуациях.
- Средний уровень – обучающийся выполняет все виды профессиональной деятельности в стандартных ситуациях уверенно, добросовестно, эффективно.
- Низкий уровень – при выполнении профессиональной деятельности обучающийся нуждается во внешнем сопровождении и контроле.

## **II. Критерии и показатели оценивания результатов прохождения практики:**

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование показателя</b>	<b>Максимальное количество баллов</b>	<b>Оценка качества выполнения каждого вида работ (в баллах)</b>
<b>1. Качество подобранного материала для проведения анализа</b>			
1.1.	Наличие источников информации в	5	

	соответствии с индивидуальным заданием		
1.2.	Наличие актуальных первичных данных, материалов	5	
<b>2. Качественная оценка проведенного анализа источников и собранных материалов</b>			
2.1.	Выполнение требований к содержательной части отчета, соответствие видов работы индивидуальному заданию	20	
2.2.	Оценка степени самостоятельности проведенного анализа	20	
2.3.	Оценка качества проведенного анализа собранных материалов, данных	20	
<b>3. Выполнение общих требований к проведению практики</b>			
3.1.	Выполнение требований к экспериментально-практической работе в рамках освоения вида деятельности ВД Х. _____ _____	20	
3.2.	Выполнение требований к оформлению отчета по практике, содержащего базовую и информационно-вспомогательную информацию по итогам ее прохождения	10	
	<b>Итого:</b>	100	

Замечания руководителя практики от Образовательной организации:

---



---



---



---

Руководитель практики  
от Образовательной организации

\_\_\_\_\_ (Ф.И.О.)

\_\_\_\_\_ (подпись)

## II. ПРИЛОЖЕНИЯ

(комплект отчетной документации в случае, если обучающийся проходит практическую подготовку на базе Профильной организации)

### Приложение 2.1.

Шаблон оформления индивидуального задания



Негосударственное образовательное частное учреждение  
высшего образования  
«Московский университет «Синергия»

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета

\_\_\_\_\_  
Университета «Синергия»

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(И.О. Фамилия)

\_\_\_\_\_  
М.П.

Специальность: \_\_\_\_\_  
(код и наименование специальности)

### Индивидуальное задание

по \_\_\_\_\_ практике  
(наименование вида практики)

по профессиональному модулю ПМ.ХХ \_\_\_\_\_  
(наименование профессионального модуля)

обучающегося группы \_\_\_\_\_  
(шифр)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. обучающегося)

№ п/п	Виды работ	Период выполнения работ <sup>4</sup>
7.	<b>Ознакомительная лекция, включая инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов.</b> Пройти инструктивное совещание с ответственным лицом (руководителем) от Профильной организации, на котором ознакомиться с кругом обязанностей по определенным видам работ, связанным с будущей профессиональной деятельностью, а также уточнить правила в отношении субординации, внешнего вида, внутреннего трудового распорядка и режима конфиденциальности. Пройти инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов (в случае медицинских противопоказаний к выполнению определенных видов деятельности – принести подтверждающую справку из медицинского учреждения).	<i>Первый день практической подготовки</i>
8.	<b>Изучение организационной структуры Профильной организации – базы прохождения практики.</b>	<i>Со второго по предпоследний день</i>

<sup>4</sup> Сроки организации практической подготовки определяются учебным планом в соответствии с календарным учебным графиком.

	<p>Знакомство с профилем деятельности организации в целом и со структурой подразделения прохождения практики.</p> <p>Изучение нормативных документов, регламентирующих деятельность Профильной организации.</p> <p>....</p> <p>....</p> <p>....</p>	<i>практической подготовки</i>
9.	<p><b>Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников.</b></p> <p>....</p> <p>....</p> <p>....</p>	
10.	<p><b>Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых умений и практического опыта работы по специальности в рамках освоения вида деятельности ВД Х.</b></p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>....</p> <p>....</p> <p>....</p>	
11.	<p><b>Обработка и систематизация полученного фактического материала.</b></p> <p>С целью подготовки к сдаче экзамена по модулю/ экзамена квалификационного по профессиональному модулю ПМ.ХХ _____ осуществить комплексный анализ результатов выполненных видов работ, оформить презентационные материалы, разработать свои предложения и рекомендации на основе сравнения полученных в процессе обучения теоретических знаний с навыками, полученными в период прохождения практики.</p>	<i>Предпоследний день практической подготовки</i>
12.	<p><b>Оформление отчетных документов о прохождении практики и экспертная оценка результатов ее прохождения.</b></p> <p><i>Оформить отчет о прохождении практики</i> в формате презентации PowerPoint, содержащий базовую и информационно-вспомогательную информацию, согласно структуре, указанной в настоящем индивидуальном задании.</p> <p><i>Оформить справку</i>, заверенную подписью и печатью (при наличии) ответственного лица от Профильной организации, содержащую сведения о прохождении практики.</p> <p>Разместить полностью оформленный комплект отчетной документации по практике в электронной информационно-образовательной среде Университета «Синергия» на платформе lms.synergy.ru руководителю практики от Образовательной организации для экспертной оценки результатов ее прохождения.</p>	<i>Последний день практической подготовки</i>


Обучающийся индивидуальное задание получил(а): \_\_\_\_\_

(подпись)

(расшифровка)

## Приложение 2.2.


Шаблон оформления отчета о прохождении практики, содержащего базовую и информационно-вспомогательную информацию согласно структуре, указанной в индивидуальном задании

 **УНИВЕРСИТЕТ  
СИНЕРГИЯ**

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»  
Факультет \_\_\_\_\_  
Кафедра \_\_\_\_\_

**ОТЧЕТ**  
о прохождении \_\_\_\_\_ практики  
по профессиональному модулю ПМ.ХХ  
в период с « \_\_\_\_\_ » 20\_\_ г. по « \_\_\_\_\_ » 20\_\_ г.  
Специальность ХХ.ХХ.ХХ \_\_\_\_\_

ФИО обучающегося: \_\_\_\_\_  
Группа: \_\_\_\_\_  
ФИО Руководителя: \_\_\_\_\_



## Содержание

1. Инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов
2. Изучение организационной структуры исследуемого предприятия
3. Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников
4. Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых знаний, умений и практического опыта работы по специальности в рамках освоения вида деятельности ВД Х. \_\_\_\_\_
5. Обработка и систематизация полученного фактического материала



## Аттестационный лист

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. обучающегося)  
обучающий(ая)ся группы \_\_\_\_\_ по специальности **XX.XX.XX** \_\_\_\_\_,  
(шифр) (код и наименование специальности)  
успешно прошел(ла) \_\_\_\_\_ практику по профессиональному модулю  
(наименование вида практики)  
ПМ.XX

\_\_\_\_\_  
(наименование профессионального модуля)  
в объеме \_\_\_\_\_ часов<sup>5</sup> с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года по «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года<sup>6</sup>.

**I. Заключение-анализ результатов освоения программы практики:**

Индивидуальное задание по \_\_\_\_\_ практике по  
(наименование вида практики)  
профессиональному модулю ПМ.XX \_\_\_\_\_ обучающимся  
(наименование профессионального модуля)

(нужное отметить ✓):

- выполнено;
- выполнено не в полном объеме;
- не выполнено;

**Работа с источниками информации (нужное отметить ✓):**

**Обучающийся:**

- осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена по модулю/ экзамена квалификационного;
- осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые частично могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена по модулю/ экзамена квалификационного;
- не осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, или данные материалы не могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена по модулю/ экзамена квалификационного;

**Владение материалом по \_\_\_\_\_ практике (нужное отметить ✓):**  
(наименование вида практики)

**Обучающийся:**

- умело анализирует полученный во время практики материал;
- анализирует полученный во время практики материал;
- недостаточно четко и правильно анализирует полученный во время практики материал;
- неправильно анализирует полученный во время практики материал;

**Задачи, поставленные на период \_\_\_\_\_ практики,**  
(наименование вида практики)  
**обучающимся (нужное отметить ✓):**

<sup>5</sup> Объем часов указывается из расчета 36 часов в неделю. Например, определен срок организации практической подготовки – 2 недели, что составляет 72 часа.

<sup>6</sup> Сроки организации практической подготовки определяются учебным планом в соответствии с календарным учебным графиком.

- решены в полном объеме;
- решены в полном объеме, но не полностью раскрыты;
- решены частично, нет четкого обоснования и детализации;
- не решены;

**Спектр выполняемых обучающимся функций в период прохождения практики области профессиональной**

*(наименование вида практики)*

**деятельности по профессиональному модулю ПМ.ХХ**

*(наименование профессионального модуля)*

**(нужное отметить ✓):**

- соответствует;
- в основном соответствует;
- частично соответствует;
- не соответствует;

**Оформление обучающимся отчета по \_\_\_\_\_ практике**

*(наименование вида практики)*

**(нужное отметить ✓):**

- отчет о прохождении практики оформлен правильно;
- отчет о прохождении практики оформлен с незначительными недостатками;
- отчет о прохождении практики оформлен с недостатками;
- отчет о прохождении практики оформлен неверно;

**В соответствии с видами работ, предусмотренными рабочей программой профессионального модуля ПМ.ХХ \_\_\_\_\_,**

*(наименование профессионального модуля)*

**обучающийся продемонстрировал следующий уровень владения общими компетенциями:**

- высокий;
- средний;
- низкий;

**В соответствии с видами работ, предусмотренными рабочей программой профессионального модуля ПМ.ХХ \_\_\_\_\_,**

*(наименование профессионального модуля)*

**обучающийся продемонстрировал следующий уровень владения профессиональными компетенциями:**

- высокий;
- средний;
- низкий.

*Примечание:*

- Высокий уровень – обучающийся уверенно демонстрирует готовность и способность к самостоятельной профессиональной деятельности не только в стандартных, но и во внештатных ситуациях.
- Средний уровень – обучающийся выполняет все виды профессиональной деятельности в стандартных ситуациях уверенно, добросовестно, эффективно.
- Низкий уровень – при выполнении профессиональной деятельности обучающийся нуждается во внешнем сопровождении и контроле.

**II. Критерии и показатели оценивания результатов прохождения практики:**

№ п/п	Наименование показателя	Максимальное количество баллов	Оценка качества выполнения каждого вида работ (в баллах)

<b>4. Качество подобранного материала для проведения анализа</b>			
1.1.	Наличие источников информации в соответствии с индивидуальным заданием	5	
1.2.	Наличие актуальных первичных данных, материалов	5	
<b>5. Качественная оценка проведенного анализа источников и собранных материалов</b>			
2.1.	Выполнение требований к содержательной части отчета, соответствие видов работы индивидуальному заданию	20	
2.2.	Оценка степени самостоятельности проведенного анализа	20	
2.3.	Оценка качества проведенного анализа собранных материалов, данных	20	
<b>6. Выполнение общих требований к проведению практики</b>			
3.1.	Выполнение требований к экспериментально-практической работе в рамках освоения вида деятельности ВД Х. _____ _____	20	
3.2.	Выполнение требований к оформлению отчета по практике, содержащего базовую и информационно-вспомогательную информацию по итогам ее прохождения	10	
	<b>Итого:</b>	100	

Замечания руководителя практики от Образовательной организации:

---



---



---



---

Руководитель практики

от Образовательной организации

\_\_\_\_\_

(Ф.И.О.)

\_\_\_\_\_

(подпись)

Приложение 2.4.  
Шаблон справки

Декану факультета \_\_\_\_\_

Университета «Синергия»

Фамилия И.О.

от \_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. ответственного лица  
от Профильной организации)

## СПРАВКА<sup>7</sup>

Дана \_\_\_\_\_ в том, что  
(Ф.И.О. обучающегося полностью)  
он(а) действительно проходил(а) \_\_\_\_\_  
(наименование вида практики)  
(\_\_\_\_\_ недели) в  
(количество недель)  
\_\_\_\_\_  
(наименование Профильной организации)

с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
Обучающийся(ая) \_\_\_\_\_ успешно прошел(а)  
(фамилия, инициалы обучающегося)

инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов, после чего был(а) допущен(а) к выполнению определенных индивидуальным заданием видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

К должностным обязанностям и поставленным задачам в соответствии с индивидуальным заданием практикант относился добросовестно, проявляя интерес к работе. Порученные задания выполнил в полном объеме в установленные программой практики сроки.

**Ответственное лицо от  
Профильной организации**

М.П. (при наличии)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

<sup>7</sup> Справка оформляется на фирменном бланке Профильной организации (при наличии).

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

**Рабочая программа  
профессионального модуля  
ПМ.04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных  
креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях»  
(МДК.04.01 Создание рекламных креативов  
МДК.04.02 Практикум по разработке креативных рекламных решений  
МДК.04.03 Технологии конструирования рекламного контента  
МДК.04.04 Сервисы искусственного интеллекта в создании коммуникационного  
контента;  
ПП.04.01 Производственная практика;  
ПМ.04.ЭК Экзамен по модулю)**

**Специальность: 42.02.01 Реклама**

**Квалификация выпускника: *специалист по рекламе***

**Форма обучения: *очная***

## СОДЕРЖАНИЕ

1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ .....	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ.....	18
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ.....	28
5.ПРИЛОЖЕНИЯ .....	48

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

### 1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 г. № 552 и является частью образовательной программы по специальности в части освоения вида деятельности: «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях».

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

**В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:**

***знать:***

- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;
- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;
- методы работы в профессиональной и смежных сферах;
- структура плана для решения задач;
- порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.

***уметь:***

- распознавать задачу, проблему в профессиональном и социальном контексте;
- анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;
- правильно выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;
- составить план действия.
- определить необходимые ресурсы;
- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
- реализовать составленный план;
- оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или

с помощью наставника).

### **Цели и задачи производственной практики**

**Цель производственной практики** – комплексное освоение студентами вида деятельности «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях», по специальности 42.02.01 Реклама, формирование общих и профессиональных компетенций в рамках профессионального модуля, а также приобретение необходимых умений и опыта практической работы студентами.

#### ***Задачи производственной практики:***

Формирование у студентов практических профессиональных умений в рамках профессионального модуля в соответствии с действующим ФГОС по специальности. Приобретение первоначального практического опыта в рамках профессионального модуля;

Систематизация, обобщение закрепление и углубление знаний и умений в рамках профессионального модуля.

### **1.3. Результаты освоения профессионального модуля**

ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
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
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках
ПК 4.1	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании
ПК 4.2	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании

ПК 4.3

Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО  
МОДУЛЯ ПМ.04 «Создание ключевых вербальных и визуальных  
сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на  
основных рекламных носителях»**

**(МДК.04.01 Создание рекламных креативов**

**МДК.04.02 Практикум по разработке креативных рекламных решений**

**МДК.04.03 Технологии конструирования рекламного контента**

**МДК.04.04 Сервисы искусственного интеллекта в создании  
коммуникационного контента)**

**2.1. Объем профессионального модуля**

Наименование	квалификация
	специалист по рекламе
	часов
<b>Всего по ПМ.03, в том числе</b>	<b>486</b>
МДК.04.01, с преподавателем	55
МДК.04.02, с преподавателем	64
МДК.04.03, с преподавателем	73
МДК.04.04, с преподавателем	54
<b>Производственная практика</b>	<b>144</b>
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>78</b>
<b>Экзамен по модулю</b>	<b>18</b>

## 2.2. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования МДК и практик профессионального модуля	Объем профессионального модуля, ч.							Практика, ч	
		Объём ОП, ч.	Учебная нагрузка обучающихся, ч.				Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа		Учебная	Производственная
			всего	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия	в т.ч., курсовая проект (работа)	в т.ч. консультация	всего	в т.ч., курсовой проект (работа)		
ОК 01, ПК 4.1	МДК.04.01 Создание рекламных креативов	75	55	32			20			
ОК 02, ПК 4.2	МДК.04.02 Практикум по разработке креативных рекламных решений	86	64	64			22			
ОК 01, ПК 4.3	МДК.04.03 Технологии конструирования рекламного контента	97	73	50			24			
ОК 02, ПК 4.3	МДК.04.04 Сервисы искусственного интеллекта в создании коммуникационного контента	66	54	36			12			
ОК 01 – ОК 09, ПК 4.1 – ПК 4.3	Производственная практика	144	144							144
	Экзамен по модулю	18								
ОК 01 – ОК 09, ПК 4.1 – ПК 4.3	<b>Всего:</b>	<b>486</b>	<b>390</b>	<b>182</b>			<b>78</b>			<b>144</b>

### 2.3. Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	ТКУ, ПА, балл
<b>МДК 04.01 Создание рекламных креативов</b>		<b>75</b>	<b>100</b>
<i>5 семестр</i>			
<b>Тема 1</b> <b>Введение в курс и креативность в рекламе</b>  Формируемые компетенции ОК 01, ПК 4.1	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>5</b>	
	Цели, задачи, структура курса, система оценивания, планируемый результат. История рекламы: как развивалась индустрия (агентские отношения, политика и особенности). Цель креативной рекламы. Роль и карьера в творческой индустрии.	5	
	<b>Практическое занятие</b>	<b>5</b>	<b>20</b>
	<b>Практическое занятие №1</b> Тест №1. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	5	20
	<b>Самостоятельная работа</b>	<b>3</b>	
	Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к тестированию	3	
<b>Тема 2. Виды рекламы и креативный подход</b>  Формируемые компетенции ОК 01, ПК 4.1	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	
	В чем разница креативной рекламы от обычной? Виды рекламы и творческий подход к каждому из них. Обзор теорий творчества и креативности. А. Пуанкаре, ТРИЗ до конвергентно-дивергентного мышления, явно-неявного взаимодействия к теории хонингования.	4	
	<b>Практическое занятие</b>	<b>4</b>	<b>20</b>
	<b>Практическое занятие №2</b> Тест №2. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	4	20
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>2</b>	
	Работа с конспектом лекций	2	
<b>Тема 3</b> <b>Креативное развитие: инструменты и средства</b>  Формируемые	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>5</b>	
	Преимущества и недостатки креативной индустрии: эффект неожиданности, сарафанное радио, недорогой вид продвижения. Роль креатива в рекламе. Творческий процесс. Специальные платформы. Эффективность креативной	5	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	ТКУ, ПА, балл
компетенции ОК 01, ПК 4.1	рекламы.		
	<i>Практическое занятие</i>	5	
	<i>Практическое занятие №3:</i> Тест №3. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	5	20
	<i>Самостоятельная работа:</i>	3	
	АРМы фармацевта	3	
<i>6 семестр</i>			
<b>Тема 4</b> <b>Концепции и дизайн: в чем главная идея?</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	3	
	Разработка большой идеи/концепции, подходов. Четыре принципа дизайна. Особенности дизайна креативной рекламы. Использование цвета. Формирование технического задания для дизайнера. Способы восприятия мира вокруг человека. Визуальные метафоры.	3	
	<i>Практическое занятие</i>	6	
	<i>Практическое занятие №4:</i> Тест №4. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	6	
	<i>Самостоятельная работа:</i>	4	
	Работа с конспектом лекций	4	
<b>Тема 5.</b> <b>Креативное построение кампании: синергия и интеграция</b>  Формируемые компетенции ОК 01, ПК 4.1	<i>Содержание учебного материала</i>	2	
	Разработка кампаний и непрерывность. Слоганы, заголовки, тэги, подзаголовки. Как создается креативная реклама? Матрица Росситера-Перси. Меры поддержки, востребованные креативным бизнесом. Творчество и креатив в рекламе. Креативный продукт. Формы креатива при создании рекламного продукта. Креативная стратегия рекламы. Текстовая основа. Основы копирайтинга.	2	
	<i>Практическое занятие</i>	4	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	ТКУ, ПА, балл
	<b>Практическое занятие №5:</b> Тест №5. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	4	
	<b>Самостоятельная работа:</b>	4	
	Работа с конспектом лекций	4	
<b>Тема 6. Международная реклама</b>  Формируемые компетенции ОК 01, ПК 4.1	<b>Содержание учебного материала</b>	2	
	Основы международной рекламы и ее развития. Группы участников создания международной рекламы. Экономические причины появления международной рекламы. «Рекламные» причины появления международной рекламы. Глобальная реклама.	2	
	<b>Практическое занятие</b>	4	
	<b>Практическое занятие №6:</b> Тест №6. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	4	
	<b>Самостоятельная работа</b>	2	
	Работа с конспектом	2	
<b>Тема 7. Специфика и тенденции развития российской рекламы</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2	
	Сущность и особенности рекламного рынка в России. Анализ рекламного рынка в России. Проблемы и перспективы развития рекламного рынка в России, а также перспективы развития креативной рекламы в постпандемию	2	
	<b>Практическое занятие</b>	4	
	<b>Практическое занятие №7:</b> Тест №7. Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов	4	
	<b>Самостоятельная работа</b>	2	
	Работа с конспектом	2	
<b>Промежуточная аттестация – Зачет с оценкой</b>		<b>75/20</b>	<b>100</b>
<b>МДК 04.02 Практикум по разработке креативных рекламных решений</b>		<b>86</b>	<b>100</b>
<i>5 семестр</i>			
<b>Тема 1</b>	<b>Практическое занятие</b>	<b>7</b>	<b>8</b>

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	ТКУ, ПА, балл
<b>Введение в курс и креативность в рекламе</b>  Формируемые компетенции ОК 02, ПК 4.2	<b>Практическое занятие №1</b> Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов Цель креативной рекламы. Роль и карьера в творческой индустрии.	7	8
	<b>Самостоятельная работа</b>	2	5
	Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к тестированию	2	5
<b>Тема 2. Виды рекламы и креативный подход</b>  Формируемые компетенции ОК 02, ПК 4.2	<b>Практическое занятие</b>	7	5
	<b>Практическое занятие №2</b> Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов Теории творчества и креативности. А. Пуанкаре, ТРИЗ до конвергентно-дивергентного мышления, явного-неявного взаимодействия к теории хонингования.	7	5
	<b>Самостоятельная работа:</b>	2	4
	Работа с конспектом	2	4
<b>Тема 3 Креативное развитие: инструменты и средства</b>  Формируемые компетенции ОК 02, ПК 4.2	<b>Практическое занятие</b>	7	7
	<b>Практическое занятие №3:</b> Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов Специальные платформы. Эффективность креативной рекламы.	7	7
	<b>Самостоятельная работа:</b>	2	5
	Работа с конспектом	2	5
<b>Тема 4 Концепции и дизайн: в чем главная идея?</b>  Формируемые компетенции ОК 02, ПК 4.2	<b>Практическое занятие</b>	7	10
	<b>Практическое занятие №4:</b> Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов Формирование технического задания для дизайнера. Способы восприятия мира вокруг человека. Визуальные метафоры.	7	10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	2	5
	Работа с конспектом лекций	2	5
<i>6 семестр</i>			
<b>Тема 5. Креативное построение кампании: синергия и</b>	<b>Практическое занятие</b>	9	10
	<b>Практическое занятие №5:</b> Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов Формы креатива при	9	10

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	ТКУ, ПА, балл
интеграция  Формируемые компетенции ОК 02, ПК 4.2	создании рекламного продукта. Креативная стратегия рекламы. Текстовая основа. Основы копирайтинга.		
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>	<b>10</b>
	Работа с конспектом	4	10
Тема 6. Креативность в цифровых технологиях  Формируемые компетенции ОК 02, ПК 4.2	<b>Практическое занятие</b>	<b>9</b>	
	<b>Практическое занятие №6:</b> Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов Готовность креативного бизнеса к дальнейшему использованию цифровых платформ.	9	
	<b>Самостоятельная работа</b>	<b>3</b>	<b>10</b>
	Работа с конспектом лекций	3	10
Тема 7. Международная реклама  Формируемые компетенции ОК 02, ПК 4.2	<b>Практическое занятие</b>	<b>9</b>	<b>8</b>
	<b>Практическое занятие №7:</b> Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов Экономические причины появления международной рекламы. «Рекламные» причины появления международной рекламы.	9	8
	<b>Самостоятельная работа</b>	<b>4</b>	<b>7</b>
	Работа с конспектом	4	7
Тема 8. Специфика и тенденции развития российской рекламы  Формируемые компетенции ОК 02, ПК 4.2	<b>Практическое занятие</b>	<b>9</b>	<b>3</b>
	<b>Практическое занятие №7:</b> Выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов Анализ рекламного рынка в России.	9	3
	<b>Самостоятельная работа</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
	Работа с конспектом	3	4
<b>МДК.04.03</b>	<b>Технологии конструирования рекламного контента</b>	<b>97/24</b>	<b>100</b>
<i>5 семестр</i>			
Тема 1 Основы дизайна рекламного контента Формируемые компетенции ОК 01, ПК 4.3	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>7</b>	
	Основы визуального дизайна, включая принципы композиции, цветовую палитру, типографику и использование изображений, практическое применение этих принципов при создании рекламных материалов, а также анализ успешных и неудачных кейсов в рекламных кампаниях.	7	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	ТКУ, ПА, балл
	<b>Практические занятия</b>	7	15
	<b>Практикум по решению задач №1</b> Студенты должны разработать рекламный постер для фиктивного продукта, используя изученные принципы дизайна. Задание предполагает выбор соответствующей цветовой схемы, шрифтов и композиционных решений, которые бы соответствовали целевой аудитории и маркетинговым целям продукта. По завершении работы студенты представляют свои проекты группе, объясняя, почему они выбрали конкретные элементы дизайна.	7	15
	<b>Самостоятельная работа</b>	4	
	Работа с конспектом лекций	4	
<b>Тема 2. Мультимедийные технологии в рекламе</b> Формируемые компетенции ОК 01, ПК 4.3	<b>Содержание учебного материала</b>	7	
	Использование различных мультимедиа элементов, таких как видео, аудио и анимация, в создании динамичного и привлекающего внимание рекламного контента, последних технологий и программного обеспечения, которые используются для создания мультимедийных рекламных продуктов.	7	
	<b>Практические занятия</b>	7	15
	<b>Практикум по решению задач №2</b> Создание короткого рекламного видеоролика. Студентам предлагается создать не более минутный рекламный ролик для того же продукта, для которого они разработали постер. В процессе создания видео они должны применить техники анимации, звукового оформления и видео монтажа. Задание включает в себя планирование, съемку (или создание анимации) и редактирование видео. Проекты учащихся затем просматриваются и обсуждаются группой.	7	15
	<b>Самостоятельная работа:</b>	4	
	Работа с конспектом лекций	4	
<i>6 семестр</i>			
<b>Тема 3 Психология влияния и убеждения в рекламе</b> Формируемые компетенции ОК 01, ПК 4.3	<b>Содержание учебного материала</b>	6	
	Психологические аспекты, влияющие на восприятие рекламных сообщений целевой аудиторией, темы, связанные с воздействием рекламы на эмоции, внимание и поведение потребителей, а также методы создания убедительных и мотивирующих рекламных контентов.	6	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	ТКУ, ПА, балл
	<b>Практические занятия</b>	<b>18</b>	<b>20</b>
	<b>Практикум по решению задач №3</b> Разработка рекламной кампании, нацеленной на изменение поведения. В этом задании студентам предлагается составить план рекламной кампании, целью которой является изменение или модификация потребительского поведения (например, увеличение физической активности среди молодежи). Студенты должны исследовать целевую аудиторию, применить соответствующие психологические техники убеждения и мотивации и предложить конкретные рекламные послания и методы доставки этих сообщений.	18	20
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>8</b>	
	Подготовка презентации на тему «Особенности фирменного стиля в рекламе /название бренда на выбор/»	8	
<b>Тема 4. Анализ и оптимизация рекламных кампаний</b> Формируемые компетенции ОК 01, ПК 4.3	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>3</b>	
	Аналитические инструменты для оценки эффективности рекламных кампаний, методы сбора данных, их интерпретации и использованию полученной информации для оптимизации рекламного контента, реальные случаи, включая А/В тестирование и использование метрик веб-аналитики.	3	
	<b>Практические занятия</b>	<b>18</b>	<b>20</b>
	<b>Практикум по решению задач №4</b> А/В тестирование для двух вариантов рекламных объявлений. Студенты получают задачу разработать два варианта рекламного объявления (можно использовать ранее созданный видеоролик или постер) и провести А/В тестирование, чтобы определить, какой вариант более эффективен. Они должны планировать, как именно они будут собирать и анализировать данные, какие метрики будут использоваться для оценки эффективности (например, кликабельность, конверсия и т.п.), и затем представить результаты, сделав выводы о предпочтительном варианте рекламы.	18	20
	<b>Самостоятельная работа</b>	<b>8</b>	<b>20</b>
	Подготовка эссе на тему «Методы, позволяющие оценить эффективность рекламных коммуникаций»	8	20

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	ТКУ, ПА, балл
Промежуточная аттестация – Зачет с оценкой		73/24	100
МДК.04.04 Сервисы искусственного интеллекта в создании коммуникационного контента		66	100
<i>6 семестр</i>			
<b>Тема 1. Цифровые коммуникационные сервисы в эпоху формирования искусственного интеллекта</b> Формируемые компетенции ОК 02, ПК 4.3	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>6</b>	
	Новые медиа: определение, основные характеристики, типологические модели	1	
	Социальные медиа: определение, основные характеристики, типологические модели	1	
	Социальные сети: определение, основные характеристики, типологические модели	1	
	Цифровые сервисы – новое понятие	1	
	Цифровые сервисы и искусственный интеллект	2	
	<b>Практические занятия</b>	<b>5</b>	<b>10</b>
	Технологические схемы цифровой коммуникации	1	2
	Характеристики понятия «новые медиа»		
	Опыт и перспективы использования ИИ в медиа и коммуникациях	1	2
	Драйверы и риски использования технологий искусственного интеллекта в медиа		
	Перспективы использования ИИ-технологий	1	2
	Будущее социальных медиа: как искусственный интеллект меняет правила игры		
	Этика применения технологий искусственного интеллекта в медиа.	1	2
	Механизмы регулирования в отношении применения ИИ: «умный подход».		
Модели искусственного интеллекта, применяемые в медиа, коммуникациях и журналистике: • Модели нейронных сетей (ANN = artificial neural networks); • Машинное обучение (ML=machine learning); • Глубокое обучение (DL=deep learning); • Модели естественного языка, или технологии обработки естественного языка (NLP=natural language processing), которые включают генерацию текстов на естественных	1	2	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	ТКУ, ПА, балл
	<p>языках (NLG=natural language generation) + понимание текстов (NLU= natural language understanding);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Системы машинного перевода (MT = machine translation). Модели искусственного интеллекта, применяемые в медиа, коммуникациях и журналистике:</li> <li>Модели нейронных сетей (ANN = artificial neural networks);</li> <li>Машинное обучение (ML=machine learning);</li> <li>Глубокое обучение (DL=deep learning);</li> <li>Модели естественного языка, или технологии обработки естественного языка (NLP=natural language processing), которые включают генерацию текстов на естественных языках (NLG=natural language generation) + понимание текстов (NLU= natural language understanding);</li> <li>Системы машинного перевода (MT = machine translation).</li> </ul>		
<b>Тема 2. Создание текстового контента с помощью искусственного интеллекта (ИИ)</b>  Формируемые компетенции ОК 02, ПК 4.3	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	
	Текстовый контент основе ИИ	2	
	AI для создания контента: преимущества и недостатки	4	
	<b>Практические занятия</b>	<b>12</b>	<b>40</b>
	YandexGPT: нейросеть для создания текстов	3	10
	AI для создания контента: преимущества и недостатки	3	10
	Создание лендинга с помощью GPT	3	10
	Сервис ChatGPT	3	10
<b>Тема 3. Нейросети для создания визуального контента</b>  Формируемые компетенции ОК 02, ПК 4.3	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	
	Визуальный контент основе ИИ	2	
	Визуализация идей	4	
	<b>Практические занятия</b>	<b>19</b>	<b>50</b>
	Изображение неодушевленных предметов. Хуманизация	3	10
	Нейросеть «Шедеврум» для создания картинок	4	10
	Kandinsky: нейросеть для генерации изображений	4	10
	Desings.ai для создания контента	4	10
	Image Generator для создания визуального контента	4	10
<b>Самостоятельная работа</b>		<b>12</b>	
Подготовка к практическим занятиям, изучение специальной литературы		12	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	ТКУ, ПА, балл
<b>Всего по МДК 04.04</b>		<b>66/12</b>	<b>100</b>
<b>Производственная практика (ПП.04.01)</b>		-	<b>100</b> <b>Зачет с оценкой</b>
<p>Проанализировать основные элементы комплекса маркетинговых мероприятий. Проанализировать специфику комплекса маркетинга для рекламы. Проанализировать рекламные услуги: классификация, основные формы реализации. Проанализировать рекламный продукт и требования, предъявляемые рынком к нему. Проанализировать особенности изготовления рекламного продукта в зависимости от стратегии рекламной кампании и средств распространения рекламы. Проанализировать проблемы при разработке и изготовлении рекламного продукта.</p> <p>Проанализировать общие принципы ценообразования на рекламную продукцию и рекламные услуги.</p> <p>Проанализировать правовое понятие и признаки рекламной информации. Проанализировать правовую классификация рекламной информации: на аудиторию, по территории распространения, по целевому назначению. Проанализировать общие и специальные требования к рекламе, закрепленные в рекламном законодательстве.</p> <p>Проанализировать правовое регулирование политической и социальной рекламы. Рассмотреть перечень товаров, работ, услуг, которые запрещено рекламировать на территории Российской Федерации. Описать правовые требования, предъявляемые к наружной рекламе. Подготовить правовую характеристику рекламы на транспортных средствах.</p>		-	Форма отчетности и – <sup>1</sup> отчет по практике
<b>Промежуточная аттестация МДК.04.01</b>		-	<b>100</b> <b>Зачет с оценкой</b>
<b>Промежуточная аттестация МДК.04.02</b>		-	-
<b>Промежуточная аттестация МДК.04.03</b>		-	<b>100</b> <b>Зачет с оценкой</b>
<b>Промежуточная аттестация МДК.04.04</b>		-	-
<b>Самостоятельная работа МДК. 04.01</b>		<b>20</b>	-
<b>Самостоятельная работа МДК.04.02</b>		<b>22</b>	-
<b>Самостоятельная работа МДК.04.03</b>		<b>24</b>	-
<b>Самостоятельная работа МДК.04.04</b>		<b>12</b>	-
<b>Производственная практика</b>		<b>144</b>	<b>100</b> <b>Зачет с оценкой</b>
<b>Экзамен по модулю</b>		<b>18</b>	<b>100</b>

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	ТКУ, ПА, балл
<b>Итого</b>		<b>486/78</b>	<b>100*4</b>

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПМ.04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях»**

#### **(МДК.04.01 Создание рекламных креативов**

#### **МДК.04.02 Практикум по разработке креативных рекламных решений**

#### **МДК.04.03 Технологии конструирования рекламного контента**

#### **МДК.04.04 Сервисы искусственного интеллекта в создании коммуникационного контента)**

### **3.1. Материально-техническое обеспечение**

#### **МДК.04.01. Создание рекламных креативов**

**Учебная аудитория**, для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой: специализированная мебель (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя), технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

**Учебная аудитория** для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации: специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

**Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:** специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

#### **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

##### **Основное оборудование:**

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

### **Помещение для организации воспитательной работы**

Оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

### **МДК.04.02 Практикум по разработке креативных рекламных решений**

**Учебная аудитория**, для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой: специализированная мебель (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя), технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

**Учебная аудитория** для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации: специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

**Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:** специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

### **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

#### **Основное оборудование:**

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

### **Помещение для организации воспитательной работы**

Оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

### **МДК.04.03 Технологии конструирования рекламного контента**

**Учебная аудитория**, для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой: специализированная мебель (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя), технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

**Учебная аудитория** для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации: специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации

большой аудитории (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

**Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:** специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

#### **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

##### Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

#### **Помещение для организации воспитательной работы**

Оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

### **МДК.04.04 Сервисы искусственного интеллекта в создании коммуникационного контента**

**Учебная аудитория,** для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой: специализированная мебель (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя), технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

**Учебная аудитория** для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации: специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

**Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:** специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран)).

#### **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

##### Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

#### **Помещение для организации воспитательной работы**

Оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

#### **ПП.04.01 Производственная практика**

*Учебный кабинет для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации*

Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

**Помещение для организации воспитательной работы**

Оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

#### **ПМ.04.ЭК Экзамен по модулю**

*Учебный кабинет для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации*

Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя) и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, мультимедийное оборудование (проектор, экран)):

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

**Помещение для организации воспитательной работы**

Оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

### **3.2. Информационное обеспечение обучения**

***Основная литература:***

1. Епифанова А.Г. История графического дизайна и рекламы : учебное пособие для СПО / Епифанова А.Г.. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 220

с. — ISBN 978-5-4497-1791-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/123351.html>

2. Савченко, Е. Ю. Основы и применение нейронных сетей: теория, практика, инновации : учебное пособие / Е. Ю. Савченко. — Бишкек : Нео Принт, 2024. — 116 с. — ISBN 978-9967-9517-4-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/149769.html>

3. Ежова, Е. Н. Синестезия в рекламном тексте / Е. Н. Ежова, О. Н. Пасикова. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2024. — 167 с. — ISBN 987-5-9296-1222-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/149337.html>

#### ***Дополнительная литература:***

1. Шрифтовая графика : учебное пособие для СПО / составители И. Г. Матросова, Е. Ю. Пунтус. — 2-е изд. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 139 с. — ISBN 978-5-4488-2165-3, 978-5-4497-3402-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/142237.html>

2. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. — 2-е изд. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2025. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-2321-3, 978-5-4497-3903-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/145168.html>

#### ***Электронно-библиотечные системы:***

1. Цифровой образовательный ресурс IPR SMART. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/>.

2. Научная электронная библиотека. — URL: <https://www.elibrary.ru/defaultx.asp>.

3. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». — URL: <https://cyberleninka.ru/>.

#### ***Современные профессиональные базы данных:***

1. Официальный интернет-портал правовой информации. — URL: <http://pravo.gov.ru/>.

#### ***Информационные справочные системы:***

1. Министерство просвещения Российской Федерации. Банк документов. — URL: <https://docs.edu.gov.ru/#activity=106>.

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

Образовательная организация обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения:

#### ***Лицензионное программное обеспечение:***

–Операционная система Microsoft Windows;

–Программное обеспечение Microsoft Office Professional;

- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition;
- Антивирусная программа Dr.Web;
- Архиватор;
- Inkscape – векторный графический редактор <https://inkscape.org/ru/o-programme/>;
- Gimp – растровый графический редактор <http://www.progimp.ru/>;
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// <https://visualstudio.microsoft.com/ru/vs/community/>).

### *Информационные ресурсы сети Интернет:*

№	Наименование ресурсов	Ссылка
1	Специфика визуального исполнения рекламного сообщения (cyberleninka.ru)	<a href="https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-vizualnogo-ispolneniya-reklamnogo-soobscheniya">https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-vizualnogo-ispolneniya-reklamnogo-soobscheniya</a>
2	Основные правила создания эффективной продающей рекламы (elitarium.ru)	<a href="https://www.elitarium.ru/sozдание-reklamy-obyavlenie-tovar-cel-torgovaya-marka-nazvanie-reklamnoe-obrashchenie-tekst-soobshchenie-argument-kompoziciya/">https://www.elitarium.ru/sozдание-reklamy-obyavlenie-tovar-cel-torgovaya-marka-nazvanie-reklamnoe-obrashchenie-tekst-soobshchenie-argument-kompoziciya/</a>
3	Как придумать сильную идею для рекламы: техники креативного мышления (mymarilyn.ru)	<a href="https://mymarilyn.ru/blog/marketing/tehnik-kreativnogo-myshleniya-10-sposobov-privumat-krutuyu-ideyu-dlya-reklamy/">https://mymarilyn.ru/blog/marketing/tehnik-kreativnogo-myshleniya-10-sposobov-privumat-krutuyu-ideyu-dlya-reklamy/</a>
4	Рекламные тексты: примеры, особенности, структура (reklama-expo.ru)	<a href="https://www.reklama-expo.ru/ru/ui/17148/">https://www.reklama-expo.ru/ru/ui/17148/</a>

### **3.3. Организация образовательного процесса**

Организации образовательного процесса должны способствовать применяемые в учебных заведениях методы дисциплинарной ответственности преподавателя и учащихся, строгое и систематическое планирование занятий, своевременное их проведение на должном педагогическом уровне.

**Порядок проведения учебных занятий по профессиональному модулю  
ПМ.04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений,  
основных креативных решений и творческих материалов на основных  
рекламных носителях»**

**(МДК.04.01 Создание рекламных креативов**

**МДК.04.02 Практикум по разработке креативных рекламных решений**

**МДК.04.03 Технологии конструирования рекламного контента МДК.04.04**

**Сервисы искусственного интеллекта в создании коммуникационного  
контента**

**ПП.04.01 Производственная практика;**

**ПМ.04.ЭК Экзамен по модулю) для инвалидов и лиц с ОВЗ**

Создание доступной среды для инвалидов и лиц с ОВЗ (далее – вместе лица/обучающиеся с ОВЗ) является одним из приоритетных направлений

современной социальной политики. Доступное профессиональное образование для лиц с ОВЗ – одно из направлений социальной интеграции данной категории граждан в общество, поскольку образование – наиболее действенный социальный ресурс. Профессиональное образование позволяет лицам с ОВЗ повысить конкурентоспособность на рынке труда, создает основу для равных возможностей, повышает личностный статус.

Содержание рабочей программы профессионального модуля и условия организации обучения по данной рабочей программе профессионального модуля для инвалидов определяются в том числе в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии), для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья - на основе образовательных программ, адаптированных при необходимости для обучения указанных обучающихся (части 1 и 8 статьи 79 Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»).

Обучение по данному профессиональному модулю обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется Университетом Синергия с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем профессиональной подготовки научно-педагогических работников Университета Синергия, методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации обучающихся с ОВЗ и т.д.

В образовательном процессе по данному профессиональному модулю используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Технологии, используемые в работе с обучающимися с ОВЗ, учитывают индивидуальные особенности лиц с ОВЗ.

Все образовательные технологии применяются как с использованием универсальных, так и специальных информационных и коммуникационных средств, в зависимости от вида и характера ограниченных возможностей здоровья данной категории обучающихся.

При наличии в Университете Синергия лиц с ОВЗ образовательная деятельность по данному профессиональному модулю проводится:

- в форме контактной работы обучающихся с ОВЗ с педагогическими работниками Университета Синергия и (или) лицами, привлекаемыми Университетом Синергия к реализации данного профессионального модуля на иных условиях (далее – контактная работа). Контактная работа может быть аудиторной, внеаудиторной;

- в форме самостоятельной работы обучающихся с ОВЗ;

- в иных формах, определяемых Университетом Синергия в соответствии с его локальным нормативным актом, содержащим нормы,

регулирующие образовательные отношения в части установления порядка организации контактной работы преподавателя с обучающимися.

Конкретные формы и виды самостоятельной работы обучающихся с ОВЗ устанавливаются преподавателем. Выбор форм и видов самостоятельной работы обучающихся с ОВЗ осуществляется с учетом их способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала. Формы самостоятельной работы устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге или на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся с ОВЗ предоставляется дополнительное время для консультаций и выполнения заданий.

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

При обучении по данному профессиональному модулю обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, обучающихся с ОВЗ в Университете Синергия созданы фонды оценочных средств, адаптированные для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в ОП результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Текущий контроль успеваемости осуществляется преподавателем и/или обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, а также при выполнении индивидуальных работ и домашних заданий, или в режиме тренировочного тестирования в целях получения информации о выполнении обучаемым требуемых действий в процессе учебной деятельности; правильности выполнения требуемых действий; соответствии формы действия данному этапу усвоения учебного материала; формировании действия с должной мерой обобщения, освоения (в том числе автоматизированности, быстроты выполнения) и т.д. Текущий контроль успеваемости для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья имеет большое значение, поскольку позволяет своевременно выявить затруднения и отставание в обучении и внести коррективы в учебную деятельность.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на мероприятиях промежуточной аттестации.

Во исполнение приказов Минобрнауки России от 09.11.2015 № 1309 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи», от 02.12.2015 № 1399 «Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») Министерства образования и науки Российской Федерации по повышению значений показателей доступности для инвалидов объектов и предоставляемых на них услуг в сфере образования»), письма Минобрнауки России от 12.02.2016 № ВК-270/07 «Об обеспечении условий доступности для инвалидов объектов и услуг в сфере образования» проведены обследование объектов Университета Синергия и услуг в сфере образования, оказываемых ему, на предмет их доступности для лиц с ОВЗ, и паспортизация его зданий.

На основе Паспорта доступности для инвалидов объекта и предоставляемых на нем услуг в сфере образования, разработанного по форме согласно письму Минобрнауки России от 12.02.2016 № ВК-270/07, согласованного с общественной организацией Всероссийского общества инвалидов, утверждён план действий Университета Синергия по повышению значений показателей доступности для инвалидов его объектов и услуг в сфере образования, оказываемых им (Дорожная карта), на период до 2030 г. По итогам проведённой паспортизации Университет Синергия признан условно доступным для лиц с ограниченными возможностями здоровья, что является достаточным основанием для возможности пребывания указанных категорий граждан в Университете Синергия и предоставления им образовательных услуг с учетом дальнейшего увеличения степени его доступности на основе реализации мероприятий Дорожной карты.

Создание безбарьерной среды Университета Синергия учитывает потребности следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с нарушениями зрения;
- с нарушениями слуха;
- с ограничением двигательных функций.

Обеспечение доступности, прилегающей к Университету Синергия территории, входных путей, путей перемещения внутри здания для различных нозологий.

Территория Университета Синергия соответствует условиям беспрепятственного, безопасного и удобного передвижения маломобильных студентов, обеспечения доступа к зданиям и сооружениям, расположенным на нем. Обеспечено доступность путей движения, наличие средств информационно-навигационной поддержки, дублирование лестниц подъемными устройствами, оборудование лестниц поручнями, контрастная окраска дверей и лестниц, выделение мест для парковки автотранспортных средств инвалидов и лиц с ОВЗ.

В Университете Синергия обеспечен один вход, доступный для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата. Помещения, где могут находиться люди на креслах-колясках, размещены на уровне доступного

входа. При ином размещении помещений по высоте здания, кроме лестниц, предусмотрены, подъемные платформы для людей с ограниченными возможностями и лифт.

Комплексная информационная система для ориентации и навигации инвалидов и лиц с ОВЗ в архитектурном пространстве Университета Синергия включает визуальную, звуковую и тактильную информацию.

Наличие оборудованных санитарно-гигиенических помещений для студентов различных нозологий.

На каждом этаже обустроена одна туалетная кабина, доступная для маломобильных обучающихся. В универсальной кабине и других санитарно-бытовых помещениях, предназначенных для пользования всеми категориями студентов с ограниченными возможностями, установлены откидные опорные поручни, откидные сидения.

Наличие специальных мест в аудиториях для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

В каждом специальном помещении (учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования) предусмотрена возможность оборудования по 1 - 2 места для студентов-инвалидов по каждому виду нарушений здоровья - опорно-двигательного аппарата, слуха и зрения.

В стандартной аудитории первые столы в ряду у окна и в среднем ряду предусмотрены для обучаемых с нарушениями зрения и слуха, а для обучаемых, передвигающихся в кресле-коляске, - выделено 1 - 2 первых стола в ряду у дверного проема.

Для слабослышащих студентов использование сурдотехнических средств является средством оптимизации учебного процесса, средством компенсации, утраченной или нарушенной слуховой функции.

Технологии беспроводной передачи звука (FM-системы) являются эффективным средством для улучшения разборчивости речи в условиях профессионального обучения.

Учебная аудитория, в которой обучаются студенты с нарушением слуха, оборудована радиоклассом, компьютерной техникой, аудиотехникой (акустический усилитель и колонки), видеотехникой (мультимедийный проектор, экран), мультимедийной системой. Особую роль в обучении слабослышащих также играют видеоматериалы.

В Университете Синергия в наличии брайлевская компьютерная техника, программы-синтезаторы речи.

Компьютерные тифлотехнологии базируются на комплексе аппаратных и программных средств, обеспечивающих преобразование компьютерной информации в доступные для незрячей и слабовидящей формы (звуковое воспроизведение, рельефно-точечный или укрупненный текст), и позволяют

обучающимся с нарушением зрения самостоятельно работать на обычном персональном компьютере с программами общего назначения.

Тифлотехнические средства, используемые в учебном процессе студентов с нарушениями зрения: средства для усиления остаточного зрения и средства преобразования визуальной информации в аудио и тактильные сигналы.

Для слабовидящих студентов в лекционных и учебных аудиториях предусмотрена возможность просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для удаленного просмотра.

Для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата используются альтернативных устройств ввода информации.

При процессе обучения по данному профессиональному модулю используются специальные возможности операционной системы Windows, такие как экранная клавиатура, с помощью которой можно вводить текст, настройка действий Windows при вводе с помощью клавиатуры или мыши.

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

Организация образовательного процесса по профессиональному модулю осуществляется в соответствии с ФГОС СПО по профессии, с рабочим учебным планом, программой профессионального модуля, с расписанием занятий; с требованиями к результатам освоения профессионального модуля: компетенциям, практическому опыту, умениям и знаниям.

В процессе освоения модуля используются активные и интерактивные формы проведения занятий с применением электронных образовательных ресурсов: лекции, семинары, практические занятия, в том числе с приглашением работодателей, анализ производственных ситуаций, ознакомительные экскурсии в учреждения будущей профессиональной деятельности обучающихся, и т.п. в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций студентов.

Студентам обеспечивается возможность формирования индивидуальной траектории обучения в рамках программы модуля; организуется самостоятельная работа студентов под управлением преподавателей и предоставляется консультационная помощь.

В рамках профессионального модуля предусмотрена производственная практика в объеме 144 часов.

Для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (при их наличии) выбор мест прохождения практик учитывает состояние здоровья и требования по доступности.

## **4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПМ.04**

**«Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях»**

Образовательное учреждение, реализующее подготовку по программе профессионального модуля, обеспечивает организацию и проведение текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль производится преподавателем в процессе обучения.

Обучение по профессиональному модулю завершается экзаменом по модулю, который проводит экзаменационная комиссия.

Формы и методы текущего и итогового контроля по профессиональному модулю разрабатываются Университетом Синергия и доводятся до сведения обучающихся не позднее начала двух месяцев от начала обучения.

Для текущего и итогового контроля образовательным учреждением создаются фонды оценочных средств (ФОС).

ФОС включают в себя педагогические контрольно – измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям результатов подготовки (таблицы).

<b>Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля</b>	<b>Критерии оценки текущего контроля успеваемости</b>	<b>Формы и методы оценки</b>
<p>ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании</p> <p>ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании</p> <p>ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет</p> <p>ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам</p> <p>ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и</p>	<p>Подготавливает исходные данные для проектирования, в том числе для разработки отдельных архитектурных и объемно-планировочных решений;</p> <p>Разрабатывает отдельные архитектурные и объемно-планировочные решения в составе проектной документации;</p> <p>Оформляет графически и текстом проектную документацию по разработанному отдельным архитектурным и объемно-планировочным решениям;</p> <p>Осуществляет поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности;</p> <p>Планирует и реализовывает собственное профессиональное и личностное развитие;</p> <p>Содействует сохранению</p>	<p>Формы контроля обучения:</p> <p>Текущий контроль:</p> <p>Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, разбор конкретных ситуаций, профессиональные тренинги: прохождение практики (отчет по учебной, производственной практикам)</p> <p>Промежуточная аттестация. Методы оценки результатов обучения: - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и</p>

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки текущего контроля успеваемости	Формы и методы оценки
<p>информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности 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 ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста ОК 06 Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных</p>	<p>окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;</p>	<p>творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета по учебной практике накопительная оценка</p>

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки текущего контроля успеваемости	Формы и методы оценки
<p>ситуациях ОК 08 Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках</p>		

**Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по профессиональному модулю.**

**Порядок проведения учебных занятий по профессиональному модулю**  
Промежуточная аттестация по ПМ.04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях» проводится в форме экзамена по модулю; зачета с оценкой по МДК.04.01 Создание рекламных креативов; МДК.04.03 Технологии конструирования рекламного контента, производственная практика

Форма контроля	Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
<p>Экзамен по модулю ОК 01 – ОК 09, ПК 4.1 – ПК 4.3</p>	<p>Экзамен по модулю включает в себя: выполнение заданий (1-2 типа), защита отчета по практике:</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять</p>	<p>Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов <b>-90 и более (отлично)</b> – Задания 1, 2 - ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Практическое задание выполнено правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. Задания 3 - выполнил индивидуальное задание по учебной практике; в период прохождения учебной практики выполнил спектр</p>

Форма контроля	Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
	<p>соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;</p> <p>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения модуля в процессе прохождения учебной практики.</p>	<p>функций, которые в полной мере соответствуют области профессиональной деятельности; во время защиты свободно, исчерпывающе и аргументированно ответил на все вопросы по существу; правильно оформил отчет о прохождении учебной практики; имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</p> <p><b>-70 и более (хорошо)–</b>  Задания 1,2 -ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход выполнения практического задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p>Задания 3 - выполнил индивидуальное задание по учебной практике; в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые в полной мере соответствуют области профессиональной деятельности; во время защиты ответил на все вопросы по существу без должной аргументации; оформил отчет о прохождении учебной практики с незначительными недостатками; имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</p> <p><b>-50 и более (удовлетворительно)</b>  Задание 1, 2– ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Практическое задание выполнено частично.</p> <p>Задания 3 - выполнил индивидуальное задание по учебной практике не в полном объеме; в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые частично соответствуют области</p>

Форма контроля	Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
		<p>профессиональной деятельности; во время защиты ответил не на все вопросы по существу; оформил отчет о прохождении учебной практики с недостатками; имеет удовлетворительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</p> <p><b>-Менее 50 (неудовлетворительно)</b></p> <p>Задание 1, 2 – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Практическое задание не выполнено.</p> <p>Задания 3 – не выполнил индивидуальное задание по учебной практике; в период прохождения практики выполнил спектр функций, которые не соответствуют области профессиональной деятельности; во время защиты не ответил на заданные вопросы или ответил неверно, не по существу; неправильно оформил отчет о прохождении учебной практики; имеет отрицательное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</p>
<p>Зачет с оценкой МДК.04.01</p> <p>МДК.04.03</p>	<p>Зачет с оценкой представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины (курса), а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины (курса), понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины (курса) и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности</p> <p>Задание №3 – задание на проверку</p>	<p>Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:</p> <p>1 вопрос: 0-30; 2 вопрос: 0-30; 3 вопрос: 0-40.</p> <p><b>«Зачтено»</b></p> <p>— <b>90-100 (отлично)</b>– ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p>— <b>70 -89 (хорошо)</b> – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p>— <b>50-69 (удовлетворительно)</b> – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована</p>

Форма контроля	Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
	умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины (решение задачи).	профессиональная терминология. «Не зачтено» — менее 50 баллов неудовлетворительно) – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные.

**Типовые задания для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по МДК.04.01 Создание рекламных креативов (Зачет с оценкой)**

**Задания 1 типа**

1. Роль рекламы и PR в основных сферах жизни современного общества
2. Структура текста рекламного объявления
3. Структурные факторы и их функции в информационной и трансформационной рекламе, в создании мотивации в рекламном объявлении
4. Реклама в соцсетях, которая не работает
5. Типы потребителей рекламы в сети Интернет
6. Какая реклама цепляет поколение Z
7. 5 примеров крутых пиар-кампаний
8. Почему люди поддаются рекламе?
9. Как работают социально-психологические механизмы внушения, подражания, заражения?
10. Как будет изменяться российский рекламный и PR рынок?
11. В чем разница креативной рекламы от обычной?
12. Виды рекламы и творческий подход к каждому из них
13. Обзор теорий творчества и креативности.
14. А. Пуанкаре, ТРИЗ до конвергентно-дивергентного мышления, явного-неявного взаимодействия к теории хонингования
15. Преимущества и недостатки креативной индустрии: эффект неожиданности, сарафанное радио, недорогой вид продвижения
16. Роль креатива в рекламе. Творческий процесс. Специальные платформы
17. Эффективность креативной рекламы
18. Разработка большой идеи/концепции, подходов
19. Четыре принципа дизайна
20. Особенности дизайна креативной рекламы
21. Использование цвета. Формирование технического задания для дизайнера
22. Способы восприятия мира вокруг человека. Визуальные метафоры
23. Разработка кампаний и непрерывность. Слоганы, заголовки, тэги, подзаголовки.
24. Как создается креативная реклама?

## 25. Матрица Росситера-Перси

### *Задания 2 типа*

1. Позитивистский и гуманитарный подходы к интерпретации коммуникативной стратегии: (коммуникативная VS креативная стратегии)
2. История рекламных школ с позитивистским подходом к проектированию рекламы.
3. Гуманитарный подход к проектированию коммуникации в истории рекламы.
4. Структура развернутого мыслительного акта и процесс разработки творческой стратегии.
5. Катарсис как кульминация ментального осмысления творческой задачи в философии и в рекламе.
6. Методы вопрошания, концептуализации, содержательного мышления в поиске смысловых связей исследуемой проблемы.
7. Метод диалектической логики в поиске смысловых оппозиций. Диалектическая развертка концепта бренда Nike: «Просто сделай это!»
8. Понятие эмпатии и подстройки к личностному пространству клиента в рекламной коммуникации.
9. Методы психографического исследования целевой аудитории.
10. Архетипы как метод идентификации психографического типа Клиента и метод проектирования бренд-коммуникации.
11. Методы анализа текста и дискурса в идентификации ценностей целевой аудитории.
12. Что имеют в виду креативные директора, когда говорят о «Великой идее».
13. Идея как Точка Зрения Персонажа (Point Of View)
14. Методы стимуляции поиска Великой Идеи.
15. Методы оценки креативных решений (методика Leo Burnett 7+ и др.)
16. Теория и методы структурализма о формировании значения. Структурный подход и практика проектирования креативной стратегии.
17. «Место без пассажира»: рекламные практики фреймирования контекста и включения предмета в разные грамматические парадигмы.
18. «Пассажир без места»: методы метафорологии и скрещивания социальных практик в рекламном креативе.
19. Реклама в классификации искусств М.С.Кагана
20. Инструменты проектирования смысла в изобразительной рекламе: линия, цвет, композиция, перспектива.
21. Нарративы как глубинная структура повествовательных рекламных текстов.
22. Концепция Роберта Абельсона о структурах убеждения (статья «Идеологические машины»).
23. Понятия ценности, индивидуальности и гипотеза о сценарии поведения рекламного персонажа.
24. Творчество по созданию товарного знака как процесс.

25. Проектирование коммуникационных эффектов при создании товарного знака: ассоциативность, соучастие, эстетичность.

### **Задания 3 типа**

#### **Задание 1**

Исследовательская работа: анализ стратегии позиционирования ключевых игроков институциональной среды.

Для выполнения этого и последующих *исследовательских заданий*, предлагаю выбрать сферу, связанную с вашей выпускной квалификационной работой (ВКР). В формулировке этого задания внешняя среда организации намеренно именуется предельно обобщенно. Институциональная среда - это совокупность "правил игры", организующих деятельность различных субъектов (государство, коммерческие организации, некоммерческие организации, люди и т.д.) во имя достижения значимой цели (экономической, политической, социальной, культурной и т.д.) То есть и коммерческие, и политические, и арт-рынки, и социальная среда - всё это может быть именовано институциональной средой.

Последовательность выполнения исследовательских задач следующая:

- Идентифицируйте ключевых игроков (если тип конкурентной среды позволяет это сделать) либо типичных игроков.
- Проанализируйте маркетинговую политику для каждого игрока, используя данные: целевые сегменты; товарные предложения; ценообразование; методы дистрибуции; бюджеты на продвижение. Какого типа маркетинговой стратегии придерживаются игроки?
- Используя поисковые системы, соберите полный комплект рекламных материалов их последней коммуникационной кампании (видео, постеры, банеры, реклама в соцсетях, акционизм и т.д.).
- Проанализируйте стратегии позиционирования выбранных игроков: целевые клиенты с точки зрения их пользовательского статуса; модель принятия решения; ментальные процессы, которые являются целью коммуникации; на какие факторы, стимулирующие проблемный ментальный процесс, опирается основной коммуникативный посыл.

#### **Задание 2**

Исследовательская работа: анализ семантического пространства выбранной институциональной среды.

Предлагаю вернуться к брендам, отобранным для выполнения задания №2 («Анализ стратегии позиционирования ключевых игроков институциональной среды»), и к выборке, характеризующей их коммуникационную активность в течение последней кампании. Рассмотрите их под другим углом зрения:

- Какое контекстуальное значение приобретает рекламируемый объект? Свои выводы подтвердите, перечислив ассоциативные связи

различных уровней (риторические приемы, сюжет и функция персонажа, изобразительные образы и т.д.), организующие рекламный текст.

- Сформулируйте творческую концепцию коммуникационной кампании бренда. Насколько она соответствует индивидуальности бренда?
- Какие выразительные средства используются для реализации творческой концепции?
- Оцените творческие решения брендов по системе «7+».

***Типовые задания для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по МДК.04.03 Технологии конструирования рекламного контента (Зачет с оценкой)***

***Задания 1 типа***

1. Что такое визуальная иерархия в контексте дизайна рекламного контента?
2. Какие основные принципы композиции используются в создании эффективного рекламного контента?
3. Каково влияние цветовой палитры на восприятие и эффективность рекламы?
4. Почему типографика является ключевым элементом в дизайне рекламы и какие аспекты следует учитывать при её выборе?
5. Что такое копирайтинг и как он влияет на успех рекламной кампании?
6. Объясните принципы создания целевой аудитории для рекламной кампании.
7. Каковы основные компоненты мультимедийного рекламного контента?
8. Какие технологии и инструменты обычно используются для создания анимированного рекламного контента?
9. Какие психологические аспекты влияют на восприятие рекламных сообщений?
10. Как можно использовать эмоциональные аспекты в рекламе для увеличения её эффективности?
11. Что такое А/В тестирование и как оно применяется для оптимизации рекламных кампаний?
12. Объясните, как метрики веб-аналитики могут быть использованы для оценки эффективности рекламного контента.
13. Какую роль играют социальные сети в распространении рекламного контента сегодня?
14. В чем различия между рекламой в традиционных медиа и в цифровых медиа?
15. Опишите процесс разработки рекламной стратегии от концепции до реализации.

***Задания 2 типа***

1. Какие элементы визуального дизайна вы бы использовали для повышения узнаваемости бренда в рекламной кампании?
2. Как бы вы структурировали контент рекламы для молодежной аудитории? Какие элементы и каналы распространения предпочли?
3. Какие метрики вы бы использовали для оценки успешности видеорекламы на социальных платформах?
4. Ваша задача — создать рекламу для пожилых людей. Какие особенности дизайна и сообщения вы бы учли?
5. Как бы вы реализовали A/B тестирование для рекламного баннера? Какие элементы вы бы изменили в каждом варианте?
6. Вы занимаетесь рекламой нового продукта. Какие стратегии повышения внимания и активации аудитории вы бы использовали?
7. Каковы основные вызовы при адаптации рекламного контента для международных рынков и как вы бы их преодолели?
8. Как бы вы использовали цвета в рекламном посте для вызова конкретных эмоций у аудитории?
9. Представьте, что ваша рекламная кампания не достигла желаемого воздействия. Какие шаги вы бы предприняли для ее оптимизации?
10. Какие креативные техники вы бы использовали для создания рекламы продукта, которым сложно удивить потребителей?
11. В каких случаях вы бы рекомендовали использовать инфографику в рекламных материалах и почему?
12. Какие методы демонстрации преимуществ продукта вы бы использовали для высококонкурентного рынка?
13. Как вы оцените соответствие рекламного контента целевой аудитории? Какие элементы анализа были бы важны?
14. Предложите стратегию для интеграции пользовательского контента в рекламную кампанию. Какие преимущества это даст?
15. Как бы вы подходили к созданию рекламного контента для новой технической продукции, ориентированного на неспециалистов?
16. Какие уникальные подходы к дизайну вы бы предложили для рекламы экологически чистых продуктов?
17. Как бы вы оценили влияние культурных различий на успех интернациональной рекламной кампании?
18. Ваша задача - исправить низкую кликабельность рекламного баннера. Какие элементы вы бы первыми пересмотрели?
19. Какие методы повышения вовлеченности аудитории вы бы использовали в рекламной кампании на социальных медиа?
20. Как бы вы использовали визуальную иерархию в рекламном постере для выставки искусства?

### ***Задания 3 типа***

1. Что такое целевая аудитория и как она влияет на создание рекламного контента?

2. Перечислите пять основных элементов эффективного рекламного дизайна.
3. Какие типы рекламных кампаний вы знаете? Опишите каждую из них.
4. Какие онлайн-платформы наиболее эффективны для распространения рекламы и почему?
5. Что такое визуальная иерархия и как она применяется в рекламном контенте?
6. Опишите процесс создания рекламного слогана для нового продукта.
7. Как можно использовать цвет в рекламе для повышения её эффективности?
8. Каковы преимущества использования видео в рекламном контенте?
9. Перечислите основные шаги планирования рекламной кампании.
10. Что такое А/В тестирование и как его проводят?
11. Какие методики можно использовать для исследования реакции аудитории на рекламу?
12. Опишите, как можно измерить эффективность рекламной кампании.
13. Какие ошибки чаще всего встречаются при создании рекламных сообщений?
14. Что такое контент-маркетинг и как он связан с созданием рекламного контента?
15. Как можно использовать социальные сети для усиления воздействия рекламы?
16. В чем важность использования локализации в международной рекламе?
17. Каким образом конструктивная обратная связь может улучшить рекламный проект?
18. Как интегрировать интерактивные элементы в рекламный контент?
19. Что необходимо учесть при создании рекламы для мобильных устройств?
20. Какие этапы включает разработка фирменного стиля для рекламной кампании?
21. Что такое таргетирование и как оно помогает в оптимизации рекламных кампаний?
22. Какие психологические приемы можно использовать в создании рекламных сообщений?
23. В чем заключается особенность использования инфографики в рекламном контенте?
24. Почему важно соблюдать законодательство при разработке рекламы?
25. Каковы этапы создания мультимедийного рекламного материала и какие профессиональные инструменты при этом используются?

***Типовые задания для проведения промежуточной аттестации по профессиональному модулю – экзамен по модулю***

***Задание 1 типа***

1. Каковы этические соображения при создании рекламного контента?
2. Как влияние культуры на рекламное сообщение может изменить восприятие рекламы?
3. Почему важно проводить рыночные исследования перед запуском рекламной кампании?
4. Как и почему различная демография аудитории требует различного подхода в рекламном контенте?
5. Какие факторы следует учитывать при выборе медийных каналов для распространения рекламного контента?
6. Какие законодательные ограничения могут повлиять на создание и распространение рекламного контента?
7. Чем отличается директ-маркетинг от индиректного в контексте рекламного контента?
8. Как можно измерить возврат инвестиций (ROI) рекламной кампании?
9. Что такое интерактивная реклама и какие преимущества она предоставляет?
10. Какие методы предпочтительны для поддержания устойчивости бренда через рекламный контент?

### ***Задание 2 типа***

1. Предложите стратегию интеграции мультиплатформенного рекламного контента для обеспечения единообразия сообщений.
2. Как бы вы оценили эффективность рекламы, ориентированной на взаимодействие с потребителем через AR (дополненная реальность)?
3. Какие элементы рекламного контента следует изменить для повышения его понятности для всех возрастных групп?
4. Как вы интегрировали бы корпоративную социальную ответственность в рекламную кампанию крупного бренда?
5. Как можно использовать данные веб-аналитики для создания более персонализированной рекламной стратегии?

### ***Задание 3 типа***

#### **Задание 1**

Кейс «Бедная пиарщица» как типичная представительница целевой аудитории

Предлагаю ознакомиться с публикациями «бедной пиарщицы», вызвавшие в 2016 году в сети оживленную дискуссию: <https://graziamagazine.ru/lifestyle/bednaya-piarshchica-raskryla-glavnyy-sekret-zhen-oligarhov/>.

На основе этих материалов изучите ее личные склонности и предпочтения. Составьте целевой профиль, который даст мне представление о ней:

- Что для нее важно? Как она проводит время?

- Что ее волнует?
- Какие прилагательные Вы используете, чтобы описать ее?
- К какому архетипу Вы бы отнесли ее?
- К какому психографическому типу?
- Идентифицируйте детали, которые делают героиню жизненной.
- Как эта героиня повела бы в другой ситуации?

#### Задание 4

Предлагаю совершить ретроспективный анализ коммуникационных кампаний, чтобы определить его индивидуальность. Каждую из коммуникационных кампаний предлагаю анализировать по схеме:

- Реконструируйте Идею: какие инсайты о поведении Клиентов имеются в виду?
  - Соответствие индивидуальности бренда. Какие индивидуальные черты подчеркиваются?
  - Характеристика используемых выразительных средств. Насколько они соответствуют характеру бренда?
  - Сделайте выводы об этапах развития бренда.

Сориентироваться в типах индивидуальности вам поможет ресурс Кэрл Пирсон: <http://www.carolspearson.com/about/the-12-archetype-system-a-model-for-discovering-your-archetypes/>

#### Задание 2

Исследовательская работа. Рекламная кампания Mini Cooper (2002 - 2005): синергия медиа-микс.

Предлагаю ознакомиться с хрестоматийной рекламной кампанией автомобиля Mini Cooper (2002 - 2005) от культового креативного агентства Crispin, Porter & Bogusky: <https://yadi.sk/d/6wj8NzXL3GpmvL>

Медиастратегия рекламной кампании реализована с использованием разнообразных носителей: наружной рекламы (придорожные щиты и на заправках), прессы, видеорекламы, интернет.

Выделите техники реализации концепции рекламной кампании Mini Cooper для каждого вида медиа.

## І.ПРИЛОЖЕНИЯ

(комплект отчетной документации в случае, если обучающийся проходит практическую подготовку на базе профильного структурного подразделения Университета «Синергия»)



### Приложение 1.1. Шаблон оформления индивидуального задания

Негосударственное образовательное частное учреждение  
высшего образования  
«Московский университет «Синергия»

**УТВЕРЖДАЮ**  
Декан факультета  
\_\_\_\_\_

Университета «Синергия»

\_\_\_\_\_ (подпись) \_\_\_\_\_ (И.О. Фамилия)

М.П.

Специальность: \_\_\_\_\_  
(код и наименование специальности)

### Индивидуальное задание

по \_\_\_\_\_ практике  
(наименование вида практики)

по профессиональному модулю ПМ.ХХ  
(наименование профессионального модуля)

обучающегося группы \_\_\_\_\_  
(шифр)

\_\_\_\_\_ (Ф.И.О. обучающегося)

№ п/п	Виды работ	Период выполнения работ <sup>2</sup>
1.	<p><b>Ознакомительная лекция, включая инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов.</b></p> <p>Пройти инструктивное совещание с руководителем практической подготовки от Образовательной организации, на котором ознакомиться с кругом обязанностей по определенным видам работ, связанным с будущей профессиональной деятельностью, а также уточнить правила в отношении субординации, внешнего вида, внутреннего трудового распорядка и режима конфиденциальности.</p> <p>Пройти инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов (в случае медицинских противопоказаний к выполнению определенных видов деятельности – принести подтверждающую справку из медицинского учреждения).</p>	<p><i>Первый день практической подготовки</i></p>

<sup>2</sup> Сроки организации практической подготовки определяются учебным планом в соответствии с календарным учебным графиком.

2.	<p><b>Изучение организационной структуры исследуемой организации – объекта прохождения практики.</b>          Знакомство с профилем деятельности исследуемой организации в целом и со структурой подразделения прохождения практики.          Изучение нормативных документов, регламентирующих деятельность исследуемой организации.          ....          ....          ....</p>	
3.	<p><b>Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников.</b>          ....          ....          ....</p>	<p><i>Со второго по предпоследний день практической подготовки</i></p>
4.	<p><b>Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых умений и практического опыта работы по специальности в рамках освоения вида деятельности ВД Х.</b>          _____          _____          _____          ....          ....          ....</p>	
5.	<p><b>Обработка и систематизация полученного фактического материала.</b>          С целью подготовки к сдаче экзамена по модулю/ экзамена квалификационного по профессиональному модулю ПМ.ХХ _____ осуществить комплексный анализ результатов выполненных видов работ, оформить презентационные материалы, разработать свои предложения и рекомендации на основе сравнения полученных в процессе обучения теоретических знаний с навыками, полученными в период прохождения практики.</p>	<p><i>Предпоследний день практической подготовки</i></p>
6.	<p><b>Оформление отчетных документов о прохождении практики и экспертная оценка результатов ее прохождения.</b>  <i>Оформить отчет о прохождении практики</i> в формате презентации PowerPoint, содержащий базовую и информационно-вспомогательную информацию, согласно структуре, указанной в настоящем индивидуальном задании.          Разместить полностью оформленный комплект отчетной документации по практике в электронной информационно-образовательной среде Университета «Синергия» на платформе lms.synergy.ru руководителю практики от Образовательной организации для экспертной оценки результатов ее прохождения.</p>	<p><i>Последний день практической подготовки</i></p>

Обучающийся индивидуальное задание получил(а): \_\_\_\_\_ (подпись) \_\_\_\_\_ (расшифровка)

## Приложение 1.2.

Шаблон оформления отчета о прохождении практики,  
содержащего базовую и информационно-  
вспомогательную информацию  
согласно структуре,  
указанной в индивидуальном задании



НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»  
Факультет \_\_\_\_\_  
Кафедра \_\_\_\_\_

### ОТЧЕТ

о прохождении \_\_\_\_\_ практики

по профессиональному модулю ПМ.ХХ

в период с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Специальность ХХ.ХХ.ХХ \_\_\_\_\_

ФИО обучающегося: \_\_\_\_\_

Группа: \_\_\_\_\_

ФИО Руководителя: \_\_\_\_\_



## Содержание

1. Инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов
2. Изучение организационной структуры исследуемого предприятия
3. Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников
4. Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых знаний, умений и практического опыта работы по специальности в рамках освоения вида деятельности ВД Х. \_\_\_\_\_
5. Обработка и систематизация полученного фактического материала



**Аттестационный лист**

\_\_\_\_\_,  
(Ф.И.О. обучающегося)  
обучающий(ая)ся группы \_\_\_\_\_ по специальности **XX.XX.XX** \_\_\_\_\_,  
(шифр) (код и наименование специальности)  
успешно прошел(ла) \_\_\_\_\_ практику по профессиональному модулю  
(наименование вида практики)  
**ПМ.XX** \_\_\_\_\_  
(наименование профессионального модуля)  
в объеме \_\_\_\_\_ часов<sup>3</sup> с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года<sup>4</sup>.

**I. Заключение-анализ результатов освоения программы практики:**

Индивидуальное задание по \_\_\_\_\_ практике  
(наименование вида практики)  
по профессиональному модулю **ПМ.XX** \_\_\_\_\_ обучающимся  
(наименование профессионального модуля)

(нужное отметить ✓):

- выполнено;
- выполнено не в полном объеме;
- не выполнено;

**Работа с источниками информации (нужное отметить ✓):**

**Обучающийся:**

- осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена по модулю;
- осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые частично могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена по модулю;
- не осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, или данные материалы не могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена по модулю;

**Владение материалом по \_\_\_\_\_ практике (нужное отметить ✓):**  
(наименование вида практики)

**Обучающийся:**

- умело анализирует полученный во время практики материал;
- анализирует полученный во время практики материал;
- недостаточно четко и правильно анализирует полученный во время практики материал;
- неправильно анализирует полученный во время практики материал;

**Задачи, поставленные на период \_\_\_\_\_ практики,**  
(наименование вида практики)

**обучающимся (нужное отметить ✓):**

- решены в полном объеме;

<sup>3</sup> Объем часов указывается из расчета 36 часов в неделю. Например, определен срок организации практической подготовки – 2 недели, что составляет 72 часа.

<sup>4</sup> Сроки организации практической подготовки определяются учебным планом в соответствии с календарным учебным графиком.

- решены в полном объеме, но не полностью раскрыты;
- решены частично, нет четкого обоснования и детализации;
- не решены;

**Спектр выполняемых обучающимся функций в период прохождения**  
 \_\_\_\_\_ **практики области профессиональной деятельности**  
*(наименование вида практики)*

**по профессиональному модулю ПМ.ХХ \_\_\_\_\_ (нужное отметить ✓):**  
*(наименование профессионального модуля)*

- соответствует;
- в основном соответствует;
- частично соответствует;
- не соответствует;

**Оформление обучающимся отчета по \_\_\_\_\_ практике**  
*(наименование вида практики)*

**(нужное отметить ✓):**

- отчет о прохождении практики оформлен правильно;
- отчет о прохождении практики оформлен с незначительными недостатками;
- отчет о прохождении практики оформлен с недостатками;
- отчет о прохождении практики оформлен неверно;

**В соответствии с видами работ, предусмотренными рабочей программой профессионального модуля ПМ.ХХ \_\_\_\_\_, обучающийся**  
*(наименование профессионального модуля)*

**продемонстрировал следующий уровень владения общими компетенциями:**

- высокий;
- средний;
- низкий;

**В соответствии с видами работ, предусмотренными рабочей программой профессионального модуля ПМ.ХХ \_\_\_\_\_, обучающийся**  
*(наименование профессионального модуля)*

**продемонстрировал следующий уровень владения профессиональными компетенциями:**

- высокий;
- средний;
- низкий.

*Примечание:*

- Высокий уровень – обучающийся уверенно демонстрирует готовность и способность к самостоятельной профессиональной деятельности не только в стандартных, но и во внестандартных ситуациях.
- Средний уровень – обучающийся выполняет все виды профессиональной деятельности в стандартных ситуациях уверенно, добросовестно, эффективно.
- Низкий уровень – при выполнении профессиональной деятельности обучающийся нуждается во внешнем сопровождении и контроле.

## **II. Критерии и показатели оценивания результатов прохождения практики:**

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование показателя</b>	<b>Максимальное количество баллов</b>	<b>Оценка качества выполнения каждого вида работ (в баллах)</b>
<b>1. Качество подобранного материала для проведения анализа</b>			
1.1.	Наличие источников информации в соответствии с индивидуальным заданием	5	

1.2.	Наличие актуальных первичных данных, материалов	5	
<b>2. Качественная оценка проведенного анализа источников и собранных материалов</b>			
2.1.	Выполнение требований к содержательной части отчета, соответствие видов работы индивидуальному заданию	20	
2.2.	Оценка степени самостоятельности проведенного анализа	20	
2.3.	Оценка качества проведенного анализа собранных материалов, данных	20	
<b>3. Выполнение общих требований к проведению практики</b>			
3.1.	Выполнение требований к экспериментально-практической работе в рамках освоения вида деятельности ВД Х. _____ _____	20	
3.2.	Выполнение требований к оформлению отчета по практике, содержащего базовую и информационно-вспомогательную информацию по итогам ее прохождения	10	
	<b>Итого:</b>	100	

Замечания руководителя практики от Образовательной организации:

---



---



---



---



---

Руководитель практики  
от Образовательной организации

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

## І. ПРИЛОЖЕНИЯ

(комплект отчетной документации в случае, если обучающийся проходит практическую подготовку на базе Профильной организации)



Приложение 2.1.  
Шаблон оформления индивидуального задания

Негосударственное образовательное частное учреждение  
высшего образования  
«Московский университет «Синергия»

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета

\_\_\_\_\_  
Университета «Синергия»

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(И.О. Фамилия)

М.П.

Специальность: \_\_\_\_\_  
(код и наименование специальности)

### Индивидуальное задание

по \_\_\_\_\_ практике  
(наименование вида практики)

по профессиональному модулю ПМ.ХХ \_\_\_\_\_  
(наименование профессионального модуля)

обучающегося группы \_\_\_\_\_  
(шифр)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. обучающегося)

№ п/п	Виды работ	Период выполнения работ <sup>5</sup>
7.	<b>Ознакомительная лекция, включая инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов.</b> Пройти инструктивное совещание с ответственным лицом (руководителем) от Профильной организации, на котором ознакомиться с кругом обязанностей по определенным видам работ, связанным с будущей профессиональной деятельностью, а также уточнить правила в отношении субординации, внешнего вида, внутреннего трудового распорядка и режима конфиденциальности. Пройти инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов (в случае медицинских противопоказаний к выполнению определенных видов деятельности – принести подтверждающую справку из медицинского учреждения).	<i>Первый день практической подготовки</i>
8.	<b>Изучение организационной структуры Профильной организации – базы прохождения практики.</b>	<i>Со второго по предпоследний день</i>

<sup>5</sup> Сроки организации практической подготовки определяются учебным планом в соответствии с календарным учебным графиком.

	<p>Знакомство с профилем деятельности организации в целом и со структурой подразделения прохождения практики.</p> <p>Изучение нормативных документов, регламентирующих деятельность Профильной организации.</p> <p>....</p> <p>....</p> <p>....</p>	<i>практической подготовки</i>
9.	<p><b>Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников.</b></p> <p>....</p> <p>....</p> <p>....</p>	
10.	<p><b>Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых умений и практического опыта работы по специальности в рамках освоения вида деятельности ВД Х.</b></p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>....</p> <p>....</p> <p>....</p>	
11.	<p><b>Обработка и систематизация полученного фактического материала.</b></p> <p>С целью подготовки к сдаче экзамена по модулю/ экзамена квалификационного по профессиональному модулю ПМ.ХХ _____ осуществить комплексный анализ результатов выполненных видов работ, оформить презентационные материалы, разработать свои предложения и рекомендации на основе сравнения полученных в процессе обучения теоретических знаний с навыками, полученными в период прохождения практики.</p>	<i>Предпоследний день практической подготовки</i>
12.	<p><b>Оформление отчетных документов о прохождении практики и экспертная оценка результатов ее прохождения.</b></p> <p><i>Оформить отчет о прохождении практики</i> в формате презентации PowerPoint, содержащий базовую и информационно-вспомогательную информацию, согласно структуре, указанной в настоящем индивидуальном задании.</p> <p><i>Оформить справку</i>, заверенную подписью и печатью (при наличии) ответственного лица от Профильной организации, содержащую сведения о прохождении практики.</p> <p>Разместить полностью оформленный комплект отчетной документации по практике в электронной информационно-образовательной среде Университета «Синергия» на платформе lms.synergy.ru руководителю практики от Образовательной организации для экспертной оценки результатов ее прохождения.</p>	<i>Последний день практической подготовки</i>

Обучающийся индивидуальное задание получил(а): \_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_ (расшифровка)

## Приложение 2.2.


Шаблон оформления отчета о прохождении практики, содержащего базовую и информационно-вспомогательную информацию согласно структуре, указанной в индивидуальном задании

 **УНИВЕРСИТЕТ  
СИНЕРГИЯ**

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»  
Факультет \_\_\_\_\_  
Кафедра \_\_\_\_\_

**ОТЧЕТ**  
о прохождении \_\_\_\_\_ практики  
по профессиональному модулю ПМ.ХХ  
в период с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
Специальность ХХ.ХХ.ХХ \_\_\_\_\_

ФИО обучающегося: \_\_\_\_\_  
Группа: \_\_\_\_\_  
ФИО Руководителя: \_\_\_\_\_



## Содержание

1. Инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов
2. Изучение организационной структуры исследуемого предприятия
3. Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников
4. Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых знаний, умений и практического опыта работы по специальности в рамках освоения вида деятельности ВД Х. \_\_\_\_\_
5. Обработка и систематизация полученного фактического материала



**Аттестационный лист**

\_\_\_\_\_,  
(Ф.И.О. обучающегося)  
обучающий(ая)ся группы \_\_\_\_\_ по специальности **XX.XX.XX** \_\_\_\_\_,  
(шифр) (код и наименование специальности)  
успешно прошел(ла) \_\_\_\_\_ практику по профессиональному модулю  
(наименование вида практики)  
**ПМ.XX** \_\_\_\_\_  
(наименование профессионального модуля)  
в объеме \_\_\_\_\_ часов<sup>6</sup> с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года по «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года<sup>7</sup>.

**I. Заключение-анализ результатов освоения программы практики:**

Индивидуальное задание по \_\_\_\_\_ практике по  
(наименование вида практики)  
профессиональному модулю **ПМ.XX** \_\_\_\_\_ обучающимся  
(наименование профессионального модуля)

(нужное отметить ✓):

- выполнено;
- выполнено не в полном объеме;
- не выполнено;

**Работа с источниками информации (нужное отметить ✓):**

**Обучающийся:**

- осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена по модулю/ экзамена квалификационного;
- осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые частично могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена по модулю/ экзамена квалификационного;
- не осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, или данные материалы не могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена по модулю/ экзамена квалификационного;

**Владение материалом по \_\_\_\_\_ практике (нужное отметить ✓):**  
(наименование вида практики)

**Обучающийся:**

- умело анализирует полученный во время практики материал;
- анализирует полученный во время практики материал;
- недостаточно четко и правильно анализирует полученный во время практики материал;
- неправильно анализирует полученный во время практики материал;

**Задачи, поставленные на период \_\_\_\_\_ практики,**  
(наименование вида практики)

обучающимся (нужное отметить ✓):

<sup>6</sup> Объем часов указывается из расчета 36 часов в неделю. Например, определен срок организации практической подготовки – 2 недели, что составляет 72 часа.

<sup>7</sup> Сроки организации практической подготовки определяются учебным планом в соответствии с календарным учебным графиком.

- решены в полном объеме;
- решены в полном объеме, но не полностью раскрыты;
- решены частично, нет четкого обоснования и детализации;
- не решены;

**Спектр выполняемых обучающимся функций в период прохождения практики области профессиональной**

*(наименование вида практики)*

**деятельности по профессиональному модулю ПМ.ХХ**

*(наименование профессионального модуля)*

**(нужное отметить ✓):**

- соответствует;
- в основном соответствует;
- частично соответствует;
- не соответствует;

**Оформление обучающимся отчета по \_\_\_\_\_ практике**

*(наименование вида практики)*

**(нужное отметить ✓):**

- отчет о прохождении практики оформлен правильно;
- отчет о прохождении практики оформлен с незначительными недостатками;
- отчет о прохождении практики оформлен с недостатками;
- отчет о прохождении практики оформлен неверно;

**В соответствии с видами работ, предусмотренными рабочей программой профессионального модуля ПМ.ХХ \_\_\_\_\_,**

*(наименование профессионального модуля)*

**обучающийся продемонстрировал следующий уровень владения общими компетенциями:**

- высокий;
- средний;
- низкий;

**В соответствии с видами работ, предусмотренными рабочей программой профессионального модуля ПМ.ХХ \_\_\_\_\_,**

*(наименование профессионального модуля)*

**обучающийся продемонстрировал следующий уровень владения профессиональными компетенциями:**

- высокий;
- средний;
- низкий.

*Примечание:*

- Высокий уровень – обучающийся уверенно демонстрирует готовность и способность к самостоятельной профессиональной деятельности не только в стандартных, но и во внештатных ситуациях.
- Средний уровень – обучающийся выполняет все виды профессиональной деятельности в стандартных ситуациях уверенно, добросовестно, эффективно.
- Низкий уровень – при выполнении профессиональной деятельности обучающийся нуждается во внешнем сопровождении и контроле.

**II. Критерии и показатели оценивания результатов прохождения практики:**

№ п/п	Наименование показателя	Максимальное количество баллов	Оценка качества выполнения каждого вида работ (в баллах)
<b>4. Качество подобранного материала для проведения анализа</b>			

1.1.	Наличие источников информации в соответствии с индивидуальным заданием	5	
1.2.	Наличие актуальных первичных данных, материалов	5	
<b>5. Качественная оценка проведенного анализа источников и собранных материалов</b>			
2.1.	Выполнение требований к содержательной части отчета, соответствие видов работы индивидуальному заданию	20	
2.2.	Оценка степени самостоятельности проведенного анализа	20	
2.3.	Оценка качества проведенного анализа собранных материалов, данных	20	
<b>6. Выполнение общих требований к проведению практики</b>			
3.1.	Выполнение требований к экспериментально-практической работе в рамках освоения вида деятельности ВД Х. _____ _____	20	
3.2.	Выполнение требований к оформлению отчета по практике, содержащего базовую и информационно-вспомогательную информацию по итогам ее прохождения	10	
	<b>Итого:</b>	100	

Замечания руководителя практики от Образовательной организации:

---



---



---



---

Руководитель практики

от Образовательной организации

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Приложение 2.4.  
Шаблон справки

Декану факультета \_\_\_\_\_

Университета «Синергия»

Фамилия И.О.

от \_\_\_\_\_

(Ф.И.О. ответственного лица  
от Профильной организации)

## СПРАВКА<sup>8</sup>

Дана \_\_\_\_\_ в том, что  
(Ф.И.О. обучающегося полностью)  
он(а) действительно проходил(а) \_\_\_\_\_  
(наименование вида практики)  
(\_\_\_\_\_ недели) в  
(количество недель)

\_\_\_\_\_ (наименование Профильной организации)

с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Обучающийся(ая) \_\_\_\_\_ успешно прошел(а)  
(фамилия, инициалы обучающегося)

инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов, после чего был(а) допущен(а) к выполнению определенных индивидуальным заданием видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

К должностным обязанностям и поставленным задачам в соответствии с индивидуальным заданием практикант относился добросовестно, проявляя интерес к работе. Порученные задания выполнил в полном объеме в установленные программой практики сроки.

**Ответственное лицо от  
Профильной организации**

М.П. (при наличии)

\_\_\_\_\_ (Ф.И.О.)

\_\_\_\_\_ (подпись)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

<sup>8</sup> Справка оформляется на фирменном бланке Профильной организации (при наличии).