

**Аннотация рабочей программы по профессиональному модулю
ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение
реализации рекламного продукта**

Профессиональный модуль: Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

Форма обучения очная

Учебный год 2020-2021

3 курс 5-6 семестр

всего часов 184, в том числе:

максимальная учебная нагрузка обучающегося – 144 часа, включая:

обязательная аудиторная учебная нагрузка 96 часов;

самостоятельная работа 42 часа;

консультации 6 часов;

производственная практика 40 часов;

форма итогового контроля экзамен квалификационный

Цель задачи профессионального модуля:

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

иметь практический опыт:

- выявления требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- разработки маркетинговой части бизнес-плана

уметь:

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

знать:

- задачи, цели и общие требования к рекламе;
- основные направления рекламной деятельности;
- виды рекламной деятельности;
- структуру рекламного рынка.

Место профессионального модуля в структуре ППССЗ:

Рабочая программа профессионального модуля (далее РП ПМ) является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) Производство рекламной продукции и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 3.1 Анализировать требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка.

ПК 3.2 Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности **маркетингового и правового обеспечения реализации рекламного продукта**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1	Анализировать требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка
ПК 3.2	Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
ОК 4.	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

Курсовые проекты (работы): *не предусмотрены*

Вид аттестации: зачет, дифференцированный зачет

Основная литература:

МДК.03.01

1. Иванова, В.А. Исследования в маркетинге и рекламе: учебное пособие. — Москва: Издательский дом "Дело" РАНХиГС, 2019. — 114с. — ISBN 978-5-85006-183-8 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <https://e.lanbook.com/book/171147>
2. Иванова, В.А. Рекламная константа: разработка и оценка: учебное пособие. - Москва: Издательский дом "Дело" РАНХиГС, 2020. - 84 с. - ISBN 978-5-85006-244-6 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <https://e.lanbook.com/book/171101>
3. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475682> (дата обращения: 18.06.2021).

МДК.03.02

1. Карпова, С.В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469660> (дата обращения: 18.06.2021).
2. Капустин, А. Я. Правовое обеспечение профессиональной деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Я. Капустин, К. М. Беликова ; под редакцией А. Я. Капустина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 382 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02770-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469525> (дата обращения: 18.06.2021).
3. Николюкин, С. В. Правовое обеспечение профессиональной деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Николюкин. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 248 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14511-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477774> (дата обращения: 18.06.2021).

Авторы: преп. Иваненко О.П., преп. Чугуевец А.Ю., преп. Потапенко О.В., к.ф.н., доц. Немец Г.Н.