

**Аннотация по профессиональному модулю
ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение
реализации рекламного продукта
42.02.01.Реклама**

Курс 3 Семестр 5

Количество часов:

Всего: 184 часов

лекционные занятия- 66 часа,

практические занятия- 30 часа,

практики (учебной/производственной (по профилю специальности)- 40 часов,

консультации - 6 часов,

самостоятельные занятия- 42 часа.

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.

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Тематический план ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

Коды профессиональных компетенций по модулю	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов (макс, учебная нагрузка по дисциплинам и практики)	консультации	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося по дисциплинам			Самостоятельная работа обучающегося по дисциплинам		Учебная (часов)	Производственная (по профилю специальности) (часов)
				Всего (часов)	в т.ч., лекционные (часов)	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия,	Всего, часов	курсовая работа (проект), часов		
1	2	3		4	5	6	7	8	9	10
ОК 1-9 ПК 3.1 ПК 3.2	Раздел 1. МДК.03.01 Маркетинг в рекламе	48	2	32	22	10	14	-	-	-
	Раздел 2. МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности	96	4	64	44	20	28	-	-	-
	Производственная практика ПП.03.01	40	4	-	-	-	-	-	-	36
	Всего:	186	12	96	66	30	42			36

Курсовые проекты (работы): *не предусмотрены*

Вид аттестации: экзамен по модулю

Основная литература:

МДК.03.01

1. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496326>

2. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 419 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13984-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491625>

МДК.03.02

1. Бошно, С. В. Правовое обеспечение профессиональной деятельности : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Бошно. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 533 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03903-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblionline.ru/bcode/433546>

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