

**Аннотация программы профессионального модуля
ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации
рекламного продукта**

3 курсы 5,6семестры

3курс 5, 6 семестры

всего часов _____ 184, в том числе:
 максимальная учебная нагрузка обучающегося _____ 144часа, включая:
 обязательная аудиторная учебная нагрузка _____ 96часов;
 самостоятельная работа _____ 42 часа;
 консультации _____ 6часов;
 производственная практика _____ 40часов;
 форма итогового контроля экзамен квалификационный

Примерная программа профессионального модуля – является частью примерной основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО в соответствии с ФГОС по специальности СПО **420201 Реклама** (базовой подготовки) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
1	2
ОК1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.
ПК 3.1.	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
ПК 3.2.	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

Иметь практический опыт	выявлять требования целевых групп потребителей; разрабатывать средства продвижения рекламного продукта; разрабатывать маркетинговую часть бизнес-плана;
Знать	задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка
Уметь	проводить исследования предпочтений целевых групп; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; проводить сегментирование рынка; принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта

Содержание и структура модуля

Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов (макс, учебная нагрузка по дисциплинам и практики)	консультации	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося по дисциплинам			Самостоятельная работа обучающегося по дисциплинам		Производственная (по профилю специальности) (часов)
			Всего (часов)	в т.ч., лекционные (часов)	в т.ч. лабораторные работы и практические	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	
1	2	3	4	5	6	7	8	9

Раздел 1. МДК.03.01 Маркетинг в рекламе	48	2	32	22	10	14		
Раздел 2. МДК.03.02 Правовое обеспечение	96	4	64	44	20	28		
Производственная практика ПП.03.01	40	6	40					
Всего:	186							

Курсовые проекты (работы):

Вид аттестации: экзамен квалификационный

Основная литература

1. Бошно, С. В. Правовое обеспечение профессиональной деятельности : учебник для СПО / С. В. Бошно. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 533 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5354-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/038DC06E-D590-4F7C-99FA-B0D4F86224C9.
2. Маркетинг PR и рекламы : учебник / И.М. Синяева, В.М. Маслова, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; ред. И.М. Синяевой. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 495 с. : табл., ил., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02194-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709>

Автор: Немец Г.Н.