



Автономная некоммерческая профессиональная образовательная  
организация «Многопрофильная Академия непрерывного образования»  
АНПОО «МАНО»  
Колледж

ПРИНЯТО

Решением Педагогического совета

АНПОО «МАНО»

Протокол № 01-01/12-01

от 27.06.2025 г.



УТВЕРЖДАЮ

Ректор АНПОО «МАНО»

В.И. Гам

27 июня 2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов**

**По программе профессионального обучения**

**12565 Исполнитель художественно-оформительских работ**

**Заочная форма обучения**

Омск, 2025

Программа **Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов** разработана на основании Приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 26 августа 2020 года № 438 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по основным программам профессионального обучения», Приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 14 июля 2023 г. № 534 «Об утверждении Перечня профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение», Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ, на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21 июля 2023 г. № 552.

Организация-разработчик: АНПОО «Многопрофильная Академия непрерывного образования».

Разработчик: Кичук Е.А., преподаватель.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

	стр.
<b>1. ПАСПОРТ ПРИМЕРНОЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>4</b>
<b>2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>8</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>16</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>18</b>
<b>5. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ</b>	<b>23</b>

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

## Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов

### 1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения обучающийся должен освоить основной вид деятельности «проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» и соответствующие ему общие и профессиональные компетенции:

#### 1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
<b>ОК 01.</b>	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
<b>ОК 02.</b>	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
<b>ОК 03.</b>	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
<b>ОК 04.</b>	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
<b>ОК 05.</b>	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.
<b>ОК 07.</b>	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
<b>ОК 09.</b>	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

#### 1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
<b>ВД 1</b>	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
<b>ПК 1.1.</b>	Определение целевой аудитории и целевых групп.
<b>ПК 1.2.</b>	Проведение анализа объема рынка.
<b>ПК 1.3.</b>	Проведение анализа конкурентов.
<b>ПК 1.4.</b>	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

#### 1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> <li>– определение целевой аудитории и целевых групп;</li> <li>– проведение анализа объема рынка;</li> <li>– проведение анализа конкурентов; определять и оформлять цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;</li> </ul>
------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;</li> <li>– использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</li> <li>– планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;</li> <li>– эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;</li> <li>– осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;</li> <li>– содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;</li> <li>– пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.</li> </ul>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>– производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;</li> <li>– анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории;</li> <li>– доводить информацию заказчика до целевой аудитории;</li> <li>– использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований;</li> <li>– использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований;</li> <li>– уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании;</li> <li>– производить качественные аналитические исследования рынка;</li> <li>– производить качественные аналитические исследования конкурентной среды;</li> <li>– уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи;</li> <li>– преобразовывать требования заказчика в бриф;</li> <li>– распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;</li> <li>– анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи;</li> <li>– выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;</li> <li>– составлять план действия; определять необходимые ресурсы;</li> <li>– владеть актуальными методами работы в профессиональной и</li> </ul>

	<p>смежных сферах; реализовывать составленный план;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника);</li> <li>– определять задачи для поиска информации;</li> <li>– определять необходимые источники информации;</li> <li>– планировать процесс поиска;</li> <li>– структурировать получаемую информацию;</li> <li>– выделять наиболее значимое в перечне информации;</li> <li>– оценивать практическую значимость результатов поиска;</li> <li>– оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;</li> <li>– использовать современное программное обеспечение;</li> <li>– использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач;</li> <li>– определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;</li> <li>– применять современную научную профессиональную терминологию;</li> <li>– определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;</li> <li>– выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;</li> <li>– презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;</li> <li>– оформлять бизнес-план;</li> <li>– определять источники финансирования;</li> <li>– организовывать работу коллектива и команды;</li> <li>– взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности;</li> <li>– грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе;</li> <li>– соблюдать нормы экологической безопасности;</li> <li>– определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства;</li> <li>– организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона;</li> <li>– понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы;</li> <li>– участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;</li> <li>– строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;</li> <li>– кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и</li> </ul>
--	---

	<p>планируемые);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.</li> </ul>
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>– способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;</li> <li>– аудиторию различных средств рекламы;</li> <li>– формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;</li> <li>– технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования;</li> <li>– методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития;</li> <li>– отраслевую терминологию;</li> <li>– методики и инструменты для проведения маркетингового исследования;</li> <li>– структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним;</li> <li>– основ маркетинга;</li> <li>– принципов выбора каналов коммуникации;</li> <li>– виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</li> <li>– важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий;</li> <li>– важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей;</li> <li>– актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;</li> <li>– основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;</li> <li>– алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;</li> <li>– методы работы в профессиональной и смежных сферах;</li> <li>– структуру плана для решения задач;</li> <li>– порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;</li> <li>– номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности;</li> <li>– приемы структурирования информации;</li> <li>– формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации;</li> <li>– порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств;</li> <li>– содержание актуальной нормативно-правовой документации;</li> <li>– современная научная и профессиональная терминология;</li> <li>– возможные траектории профессионального развития и</li> </ul>

	<p>самообразования;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основы предпринимательской деятельности;</li> <li>– основы финансовой грамотности;</li> <li>– правила разработки бизнес-планов;</li> <li>– порядок выстраивания презентации;</li> <li>– психологические основы деятельности коллектива,</li> </ul> <p>психологические особенности личности;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основы проектной деятельности;</li> <li>– особенности социального и культурного контекста;</li> <li>– правила оформления документов и построения устных сообщений;</li> <li>– правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности;</li> <li>– основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности;</li> <li>– пути обеспечения ресурсосбережения;</li> <li>– принципы бережливого производства;</li> <li>– основные направления изменения климатических условий региона; правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы;</li> <li>– основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности;</li> <li>– особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности.</li> </ul>
--	--

## 2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
<b>Объем образовательной программы дисциплины</b>	<b>84</b>
в т. ч.:	
теоретическое обучение	8
практические занятия	4
Самостоятельная работа обучающегося	70
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>2</b>



## 2.2. Тематический план и содержание

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
1	2	3
Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов		
Тема 1.1. Сущность и значение анализа целевой аудитории	<b>Содержание</b>	4
	<b>Лекция.</b> Сущность и значение изучения целевой аудитории. Типы потребителей и модель потребительского поведения. Процесс анализа целевой аудитории.	
	<b>Практическое занятие.</b> Определение целевого рынка Подбор инструмента для проведения анализа Определение каналов коммуникации Исследование потребительских предпочтений	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Анализ факторов, влияющих на принятие решения о покупке для различных категорий потребителей.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Анализ факторов, влияющих на принятие решения о покупке в организации.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Сегментирование целевой аудитории Определение портрета целевой аудитории	1
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Работа с инструментами для анализа целевой аудитории Проведение целостного анализа целевой аудитории	1

<b>Тема 1.2.</b> Субъекты маркетинговой деятельности	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Классификация субъектов, осуществляющих маркетинговую деятельность. Организационная структура управления маркетингом: функциональная, товарно-функциональная, рыночно-функциональная и др. Взаимосвязь отдела маркетинга с руководством, другими структурными подразделениями организации (бухгалтерией, финансово-экономическими службами и др.). Требования к специалисту по маркетингу. Нормативные документы, регламентирующие указанные требования. Положение об отделе маркетинга.	4
<b>Тема 1.3.</b> Интегрированные маркетинговые коммуникации	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Реклама товарной продукции. Понятие и содержание интегрированных маркетинговых коммуникаций. Маркетинг-микс. Структура маркетинговой деятельности. Составляющие элементы структуры маркетинговой деятельности. Классификация маркетинга. Характеристика основных видов маркетинга.	2
<b>Тема 1.4.</b> Маркетинговое управление рекламной деятельностью	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Концепции управления рекламной деятельностью. Классификация методов маркетинга, их характеристика, достоинства, недостатки, применение. Методы изучения рынка. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта: виды, назначение. Методы прогнозирования потребностей на рынке: назначение, разновидности, возможности. Информационные методы. Аналитические методы.	2
<b>Тема 1.5.</b> Формирование спроса и стимулирование сбыта	<b>Лекция. Классификация средств рекламы.</b> Методы формирования спроса и стимулирования сбыта: виды, назначение. Методы прогнозирования потребностей на рынке: назначение, разновидности, возможности.	4
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Факторы формирования спроса.	1

	Функции стимулирования сбыта.	
<b>Тема 1.6. Внешние факторы организации</b>	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Окружающая среда маркетинга: понятие; виды; факторы, формирующие окружающую среду. Макросреда маркетинга: понятие. Разновидности макросреды: демографическая, социальная, экономическая, природная, конкурентная, правовая, научно-техническая (технологическая), культурная. PEST-анализ.	2
<b>Тема 1.7. Внутренние факторы организации</b>	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации SWOT-матрица Анализ и методы влияния на внутреннюю среду организации.	2
<b>Тема 1.8. Комплексное изучение рынка</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Роль анализа рынка для бизнеса. Виды и методы исследований рынка.	1
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Структура и показатели анализа рынка.	1
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Основные этапы проведения исследования рынка. Выбор целевого сегмента рынка. Определение проблемы организации на рынке.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Формулирование цели и задач исследования. Составление плана проведения исследования рынка. Определение источников для сбора необходимой информации.	2
	<b>Практическое занятие.</b> Составление SWOT-анализа предприятия. Составление PEST-анализа предприятия.	2

	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Проведение ситуационного анализа рынка. Выявление тенденций рынка. Произвести расчет объема, потенциала, темп роста рынка.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Преобразование полученных данных и разработка концепции позиционирования продукта на рынке.	2
<b>Тема 1.9.</b> Потребительские рынки и покупательское поведение	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Классификация потребностей. Иерархия потребностей по Маслоу. Сущность позиционирования. Позиционирование товара: понятие, назначение. Целевая аудитория Позиционирование разновидностей товаров.  Условия правильного позиционирования товара на рынке. Альтернативные способы позиционирования товаров.	4
<b>Тема 1.10.</b> Сегментирование рынка	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Сегментирование, сегмент и ниша рынка. Назначение сегментирования. Признаки сегментирования потребительского рынка: географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие. Критерии выбора сегмента рынка. Анализ возможностей освоения сегмента рынка и последовательность маркетинговых мероприятий при его освоении. Выбор целевых сегментов рынка. Исследование отдельного сегмента, расчет емкости и доли рынка.	4
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Количественные параметры сегмента рынка. Доступность сегмента для предприятия. Существенность и прибыльность сегмента. Совместимость сегмента с рынком основных конкурентов. Эффективность работы на выбранный сегмент рынка. Защищенность выбранного сегмента от конкуренции.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Роль маркетинговых исследований в управлении маркетингом. Цели маркетингового	2

<b>Тема 1.11.</b> Понятия и сущность маркетинговых исследований	исследования. Этапы маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований. Организация маркетинговых исследований. Процесс маркетингового исследования. Постановка задач маркетингового исследования. Маркетинговая информационная система.	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Системы поддержки маркетинговых решений проблемы маркетинговых исследований. Метод логико-смыслового моделирования проблем	2
<b>Тема 1.12.</b> Исследования внешней среды маркетинга	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Среда как объект маркетинговых исследований. Пятифакторная модель конкуренции Портера. Основные методы исследования конкурентной среды. Классификация групп методов исследований конкурентной среды. Исследования конкурентной среды полевыми методами. Метод мистери-шоппинга. Методы определения долей рынка конкурентов в маркетинговых исследованиях. Метод бенчмаркинга.	4
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Подходы для получения информации от конкурентов. Источники вторичной информации о конкурентах в маркетинговых исследованиях. Формирование ассортиментной матрицы и ценовой мониторинг конкурентов.	4
<b>Тема 1.13</b> Комплексное изучение конкурентов.	<b>Содержание учебного материала</b>	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Роль анализа конкурентов для бизнеса. Этапы и структура исследования конкурентов.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Методы исследования конкурентов. Анкетирование. Способы анкетирования. Индивидуальные формализованные и неформализованные интервью. Телефонные интервью. Групповое интервью (фокус-группы).	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Интернет-исследования. Интернет-опросы. Онлайн фокус-группы. Онлайн flash-опросы. Usability-тестирование. Исследования интернет-магазинов. Исследования интернетэтнографии. Основные источники информации для интернет-	4

	исследований Провести маркетинговое исследование с целью выявления требований целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Обработка и преобразование результатов анализа конкурентов. Оценка общего уровня внутриотраслевой конкуренции.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Составление карты конкуренции. Проведение сравнительного анализа конкурентов.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Проведение сравнительного анализа ценовой политики конкурентов. Проведение сравнительного анализа дистрибуции продукта конкурентов.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Определение позиционирования всех участников на рынке. Оценка методов продвижения конкурентов.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Оценка технологического уровня конкурентов.	1
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Оценка конкурентных преимуществ/недостатков. Оценка и сравнение ключевого потребителя конкурентов.	2
<b>Промежуточная аттестация</b>		2
<b>Всего</b>		84

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

Кабинет «Маркетинговых исследований», оснащенный в соответствии с п 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п 6.1.2.4 примерной образовательной программы по специальности.

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

##### **3.2.1. Основные печатные издания**

1. Барышев А.Ф., Маркетинг, учебник, 6-е издание – М., Академия, 2019г.;
2. Васильев Г.А., Поляков В.А. Рекламный маркетинг, учебное пособие – М., Вузовский учебник, 2020 год;
3. 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.
4. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 383 с.
5. Филипп Котлер, Маркетинг от А до Я, «Альпина Паблишер», 2020г.

##### **3.2.2. Основные электронные издания**

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023.- 233 с. — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511937>
2. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 384 с. — ISBN 978-5-534-14728-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510926>
3. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974>

### **3.2.3. Дополнительные источники**

1. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»;
2. Сайт о рекламе и маркетинге Advertology.ru;
4. Сайт о рекламном рынке Adindex.ru;
5. Сайт о новостях маркетинга и рекламы Sostav.ru;
6. Интернет-издание о бизнесе, инновациях, маркетинге и технологиях
7. Сайт ассоциации коммуникационных агентств России Akarussia.ru.



#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
<b>ОК 01</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выбор и применение способов решения профессиональных задач;</li> <li>- оценка эффективности и качества выполнения задач;</li> <li>- знание более одного способа решения профессиональной задачи;</li> <li>- аргументация выбора конкретного способа.</li> </ul>	<p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ          Кейс-задачи          Защита проекта          Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<b>ОК 02</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- соответствие найденной информации заданной теме (задаче);</li> <li>- владение разными способами представления информации;</li> <li>- результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;</li> <li>- объективный анализ найденной информации;</li> <li>- использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</li> </ul>	<p>Устные выступления с Презентацией          Защита проектов          Зачет</p> <p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<b>ОК 03</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание</li> </ul>	<p>Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных</p>

	<p>траектории профессионального развития и самообразования;</p> <p>осознанное планирование повышения квалификации</p>	<p>олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<b>ОК 04</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей.</li> <li>- объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата;</li> <li>- успешность применения коммуникационных способностей на практике;</li> <li>- соблюдение принципов профессиональной этики;</li> <li>- владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе.</li> </ul>	<p>Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий;</p> <p>Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<b>ОК 05</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста;</li> <li>- соблюдать нормы самостоятельность выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом</li> </ul>	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;</p> <p>Экспертное наблюдение за выполнением работ.</p>

	особенностей и различий социального и культурного контекста.	<p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<b>ОК 07</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности;</li> <li>- определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности;</li> <li>- соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности;</li> <li>- определение путей обеспечения ресурсосбережения;</li> <li>- выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях;</li> <li>- соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<b>ОК 09</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах;</li> <li>- объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области</li> </ul>	<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ;</p> <p>Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации;</p> <p>Кейс-метод;</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе</p>

		проведения производственной практики.
<b>ПК 1.1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- анализ требований целевых групп потребителей с использованием, средств исследования рынка;</li> <li>- полнота и точность выявления целевых групп;</li> <li>- обоснованность решений при определении метода проведения исследования;</li> <li>- демонстрация умений поиска и применения нормативных документов.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<b>ПК 1.2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- полнота и точность анализа рынка;</li> <li>- демонстрация знаний о характеристиках и составе рекламного рынка;</li> <li>- обоснованность решений при определении метода проведения исследования рынка;</li> <li>- демонстрация умений поиска и применения нормативных документов.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<b>ПК1.3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- способность осуществлять сбор, систематизацию, обработку, стратегический анализ и оценку конкурентной среды.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка в осуществлении стратегических анализов и оценки конкурентной среды, мониторинг и прогнозирование экономических процессов на макро- и микроуровнях и интерпретирует полученные результаты;</p> <p>Экспертная оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- результатов работы на практических занятиях;</li> <li>- результатов выполнения индивидуальных домашних заданий;</li> <li>- при выполнении и защите курсовой работы;</li> <li>- при проведении:</li> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в</p>

		рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
<b>ПК 1.4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- аргументированность плана продвижения рекламного продукта (рекламной кампании) при взаимодействии с заказчиками;</li> <li>- точность выбора вида рекламной кампании;</li> <li>- обоснованность выбора методов и технологии осуществления оценки эффективности;</li> <li>- правильность и точность разработки средств размещения рекламного продукта в соответствии с требованиями нормативных документов.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- результатов работы на практических занятиях;</li> <li>- результатов выполнения индивидуальных домашних заданий;</li> <li>- при выполнении и защите курсовой работы;</li> <li>- при проведении: <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> </li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>

## 5. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ

№ изменения, дата изменения; № страницы с изменением	
<b>БЫЛО</b>	<b>СТАЛО</b>
Основание:	
Подпись лица внесшего изменения	