

**АННОТАЦИЯ**  
**ПМ.01 ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**  
**ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И**  
**РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

**Область применения программы**

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01. Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности: «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта».

**Место учебной дисциплины в структуре ППСЗ**

Профессиональный модуль входит в профессиональный цикл ППСЗ

**Цели и требования к результатам освоения учебной дисциплины:**

- 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 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

**1.3.2. Перечень профессиональных компетенций**

- | <b>Код</b> | <b>Наименование результата обучения</b>        |
|------------|--|
| 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.

1.3.3. 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><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></ul>

- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;
- анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи;
- выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;
- составлять план действия; определять необходимые ресурсы;
- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план;
- оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника);
- определять задачи для поиска информации;
- определять необходимые источники информации;
- планировать процесс поиска;
- структурировать получаемую информацию;
- выделять наиболее значимое в перечне информации;
- оценивать практическую значимость результатов поиска;
- оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;
- использовать современное программное обеспечение;
- использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач;
- определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;
- применять современную научную профессиональную терминологию;
- определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;
- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;
- презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;
- оформлять бизнес-план;
- определять источники финансирования;
- организовывать работу коллектива и команды;
- взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности;
- грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе;
- соблюдать нормы экологической безопасности;
- определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства;
- организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона;
- понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на

	<p>базовые профессиональные темы;</p> <ul style="list-style-type: none"> <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 планируемые);</li> <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</li> </ul>

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

**Количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объём часов</b>
Объем ОП учебной нагрузки обучающегося	266 часов
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	166 часов
самостоятельной работы обучающегося	4 часа

**Форма контроля**

**Промежуточная аттестация** другие формы контроля в 3 семестре, зачет с оценкой в 4 семестре, экзамен в 4 семестре