

Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
Уральский экономический колледж

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 Подготовка и проведение маркетингового исследования
для обучающихся по очной и заочной формам обучения
по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность

Екатеринбург, 2025 г.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена кафедрой

Протокол заседания № 3 от «15» декабря 2025 г.

УТВЕРЖДЕНА решением педагогического совета АНПОО Уральский экономический колледж

Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 38.02.09

Конгрессно-выставочная деятельность, утвержденного Приказом Министерства просвещения РФ от 30 июня 2025 года № 503 и учебных планов АНПОО Уральский экономический колледж по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность

Организация разработчик: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Уральский экономический колледж»

© АНПОО «Уральский экономический колледж», 2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 Подготовка и проведение маркетингового исследования

1.1. Цели и планируемые результаты освоения профессионального модуля, соотнесенные с установленными в образовательной программе компетенциями:

1.1.1. В результате освоения профессионального модуля обучающиеся должны овладеть следующими общими и профессиональными компетенциями:

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;

ПК 3.1. Планировать маркетинговое исследование конъюнктуры рынка товаров и услуг.

ПК 3.2. Проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга с целью обеспечения клиентоориентированности конгрессно-выставочной деятельности.

ПК 3.3. Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации.

1.1.2. В результате освоения профессионального модуля обучающиеся должны достигнуть следующих результатов обучения, соотнесенных с результатами освоения основной образовательной программы (компетенциями):

Наименование результата обучения	Дескрипторы результата обучения	Результаты освоения образовательной программы (компетенции), формирование которых обеспечивается результатом обучения (коды компетенций)
Иметь практический опыт:	<ul style="list-style-type: none"> - определения целевой аудитории и целевых групп - проведения анализа объема рынка - проведения анализа конкурентов - определения и оформления целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий 	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3
Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> - проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; - анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; - проводить сегментирование рынка; 	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3

	- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;	
Знать:	<ul style="list-style-type: none"> - содержание и сущность аналитической деятельности, ее роль в планировании, осуществлении и регулировании информационно-коммуникативного пространства и управления общественным мнением; - основные принципы, способы и методы, процедуру осуществления анализа медиaprостранства и критерии определения результативности исследований; - основы методологии научного исследования, навыки определения релевантных целей и задач научного исследования; - методы количественного и качественного анализа контента СМИ, медиатекстов различных видов и жанров; - программные средства обработки и представления эмпирического материала научного исследования; - особенности подбора целевой аудитории и целевых групп; - основы анализа объема рынка и конкурентов. 	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Объем и структура профессионального модуля, виды учебной работы

2.1.1 Объем и структура профессионального модуля, виды учебной работы (очной форма)

Коды общих и профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Общий объем учебной работы (всего), час.	Объем профессионального модуля, час.						
			Учебная работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем						Самостоятельная работа обучающегося
			Всего	В том числе			Практики		
				Лекции	Практические занятия	Курсовая работа	Учебная	Производственная	
ОК 2, ОК 3, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3	МДК.01.01 Маркетинг и маркетинговые исследования в рекламе и PR	82	50	20	30				32
ОК 1, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3	МДК.01.02 Организация и проведения рекламных и коммуникационных кампаний	90	54	24	30				36
	<i>Экзамен по модулю</i>	<i>12</i>	<i>12</i>						
ОК 2, ОК 4, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3	УП.01.01 Учебная практика по модулю (ознакомительная)	72	48	4	44		48		24
	ВСЕГО	256	152	48	104	-	48	-	92

2.1.2. Объем и структура профессионального модуля, виды учебной работы (заочная форма)

Коды общих и профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Общий объем учебной работы (всего), час.	Объем профессионального модуля, час.						
			Учебная работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем						Самостоятельная работа обучающегося
			Всего	В том числе			Практики		
				Лекции	Практические занятия	Курсовая работа	Учебная	Производственная	
ОК 2, ОК 3, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3	МДК.01.01 Маркетинг и маркетинговые исследования в рекламе и PR	82	8	4	4				74
ОК 1, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3	МДК.01.02 Организация и проведения рекламных и коммуникационных кампаний	90	10	6	4				80
	<i>Экзамен по модулю</i>	<i>12</i>	<i>12</i>						
ОК 2, ОК 4, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3	УП.01.01 Учебная практика по модулю (ознакомительная)	72	10		10		10		62
	ВСЕГО	256	40	10	18	-	10	-	216

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

ПМ.03 Подготовка и проведение маркетингового исследования

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
МДК.01.01 Маркетинг и маркетинговые исследования в рекламе и PR		
Раздел 1. Маркетинговая деятельность организации		
Тема 1. Теоретические основы маркетинга. Объекты и субъекты маркетинга	Содержание теоретических занятий: - Рынок. Макро- и микросреда организации - Сущность маркетинга, его цели и задачи - Типы маркетинга в современных организациях - Маркетинговые подразделения и организации - Объекты маркетинга: потребности и спрос - Виды спроса и их характеристика - Субъекты маркетинговой деятельности и их особенности	ОК 2, ОК 3, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3.
	Содержание практических занятий: - Модель должности маркетолога в организации - Функции и структура специализированных маркетинговых организаций - Модели и факторы покупательского поведения	
Тема 2. Функции управления в маркетинге	Содержание теоретических занятий: - Планирование, организация, мотивация, координация и контроль в маркетинговой деятельности организации - Анализ внешней среды и конкурентоспособности организации на рынке	ОК 2, ОК 3, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3
	Содержание практических занятий: - SWOT- и PEST-анализ - Организация и проведение маркетинговых исследований	
Тема 3. Маркетинговая стратегия организации	Содержание теоретических занятий: - Понятие и принципы маркетинговой стратегии - Обеспечение конкурентоспособности организации - Формирование товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики организации	ОК 2, ОК 3, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3
	Содержание практических занятий: - Формирование конкурентной стратегии организации на рынке - Формирование комплекса маркетинга компании	
Раздел 2. Организация и проведение маркетинговых исследований в рекламе и PR		
Тема 4. Сущность и содержание маркетинговой информационной системы и маркетинговых исследований	Содержание теоретических занятий: Основные понятия и принципы маркетинговой информационной системы. Структура и основные этапы проведения маркетингового исследования. Цели, задачи и функции маркетинговых исследований. Предмет, объект и основные направления маркетинговых исследований. Понятие и роль маркетинговых исследований в системе маркетинга. Разработка исследований, сбор данных, анализ данных, формирование основных выводов и интерпретация результатов. Специализированные программные продукты, применяемые в маркетинге. Основные понятия, цели и задачи проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга. Принципы маркетинговых исследований.	ОК 2, ОК 3, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3
	Содержание практических занятий: Выявление проблемы и определение этапов проведения маркетинговых исследований на примере предприятия торговли (предприятие определяется по выбору студентов). Построение дерева целей маркетинговых исследований. Постановка цели и определение задач маркетинговых исследований на предприятиях торговли. Составление программы маркетингового	

	исследования исходя из поставленных целей и задач. Решение ситуационных задач	
Тема 5. Типы и технология проведения маркетинговых исследований	Содержание теоретических занятий: Поисковые, описательные и пояснительные исследования. Качественные и количественные маркетинговые исследования. Постоянные и разовые исследования Методы маркетинговых исследований определения емкости целевого рынка: источники получения маркетинговой информации и способы анализа спроса, в том числе в Яндекс.Вордстат и Google Trends. Методы маркетинговых исследований определения рисков бизнеса, оценки внешней среды компании: PEST-анализ. SWOT – анализ – метод маркетингового исследования внешней и внутренней среды компании. Методы оценки конкурентной среды и конкурентоспособности товара	ОК 2, ОК 3, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3
	Содержание практических занятий: Определение типа маркетингового исследования по выявленным проблемам деятельности торговой организации. Решение ситуационных задач. Сбор вторичной информации. Разработка сценария проведения маркетингового исследования методом фокус-групп. Определение емкости целевого рынка предприятия торговли с использованием программных продуктов (предприятие определяется по выбору обучающихся). Определение конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках (товар определяется по выбору обучающихся).	
Тема 6. Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований	Содержание теоретических занятий: Сущность кабинетных маркетинговых исследований и их характеристика. Методы кабинетных маркетинговых исследований: традиционный (классический) анализ; контент-анализ документов; информативно-целевой анализ	ОК 2, ОК 3, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3.
	Содержание практических занятий: Определение рыночной доли присутствия торгового предприятия традиционным методом исследования (предприятие определяется по выбору обучающихся). Решение ситуационной задачи. Проведение кабинетных маркетингового исследования с помощью интернет - ресурсов Оценка финансовых показателей деятельности торговой организации по данным финансовой отчетности, как источник информации для оценки внутренней среды торгового предприятия. исследования с использованием программных продуктов	
Тема 7. Основные понятия и методы полевых маркетинговых исследований	Содержание теоретических занятий: Наблюдение как важнейший метод сбора маркетинговой информации. Методы сбора первичной информации (анкетирование, экспертные оценки, телефонное интервью, групповое интервью (фокус-групп)). Панельные исследования. Экспериментальные (опытные) исследования. Проективные методы исследований. Проведение исследований методом Eye tracking (Ай Трекинг).	ОК 2, ОК 3, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3
	Содержание практических занятий: Определение круга вопросов. Выбор типа анкет. Составление анкет с целью проведения маркетингового исследования Сбор первичной информации для проведения маркетингового	
Тема 8. Обработка результатов и оформление отчета маркетинговых исследований	Содержание теоретических занятий: Методы обработки данных маркетинговых исследований Программные продукты, используемые при обработке данных результатов маркетинговых исследований Содержание и структура отчета маркетинговых исследований. Оформление и методы презентации отчета с помощью цифровых технологий.	ОК 2, ОК 3, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3
	Содержание практических занятий: Обработка результатов маркетинговых исследований с применением программных продуктов Подготовка отчета по результатам маркетингового исследования. Презентация отчета результатов маркетингового исследования с использованием программных продуктов	
МДК.01.02 Организация и проведения рекламных и коммуникационных кампаний		

Тема 1. Виды и особенности рекламных и коммуникационных кампаний и программ	Содержание теоретических занятий: Кампания как процесс, длящийся во времени. Понятие и характеристики рекламной кампании; PR-кампании; коммуникационной кампании. Сходства и различия видов кампаний. Понятие рекламной и коммуникационной программы. Стратегическое и тактическое планирование в рекламной деятельности. Примеры реализованных рекламных и коммуникационных кампаний мирового, национального, регионального уровня. Общая характеристика этапов разработки рекламных и коммуникационных кампаний и программ.	ОК 1, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3
	Содержание практических занятий: Устные сообщения, подготовленные по теоретическим и исследовательским вопросам разработки рекламных и коммуникационных кампаний Индивидуальная или командная презентация (устная, с элементами визуализации) одной из реализованных рекламных кампаний мирового, национального или регионального уровня. Презентация подготовленных сообщений, участие в обсуждении	
Тема 2. Аналитический этап рекламной и коммуникационной кампании	Содержание теоретических занятий: Основные задачи аналитического этапа рекламной и коммуникационной кампании. Работа с первичными и вторичными документами. Разработка и проведение прикладных исследований: социологические исследования, SWOT-анализ (с обработкой, комментариями), конкурентный анализ, мониторинг, контент-анализ средств массовой коммуникации, анализ реализованных кейсов. Обработка результатов исследований, презентация заказчику или руководителю, принятие решения о запуске рекламной кампании.	ОК 1, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3
	Содержание практических занятий: Устные сообщения, подготовленные по вопросам методики проведения исследований на стартовом этапе разработки рекламной кампании Разработка опросника по заданной теме; проведение SWOT - анализа заданной организации; проведение конкурентного анализа в заданной нише. Участие в проведении прикладных исследований по заданной теме	
Тема 3. Этап планирования и разработки рекламной и коммуникационной кампании	Содержание теоретических занятий: Постановка целей и задач рекламной или коммуникационной кампании; выявление целевых аудиторий и наиболее эффективных каналов коммуникации с ними; определение ожидаемых качественных и количественных результатов; оценка и поиск ресурсов; определение команды организаторов кампании и формата реализации (подрядчики, аутсорсеры и т.д.); составление и согласование бюджета кампании; разработка и согласование креатива кампании; разработка медиастратегии.	ОК 1, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3
	Содержание практических занятий: Поэтапное выполнение действий по планированию и разработке рекламной кампании в мини-командах Участие в поэтапном выполнении действий по планированию и разработке рекламной кампании в мини-командах	
Тема 4. Этап коммуникации аудиториями	Содержание теоретических занятий: Реализация целей и задач рекламной или коммуникационной кампании; коммуникации с целевыми аудиториями с использованием выявленных эффективных каналов коммуникации с ними; действия по достижению качественных и количественных результатов; плановая реализация медиастратегии; проведение рекламных и коммуникационных мероприятий.	ОК 1, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3
	Содержание практических занятий: Размещение подготовленного медиаконтента в социальных сетях. Индивидуальный отчет о задачах, выполненных на этапе коммуникаций с целевыми аудиториями	
Тема 5. Оценка	Содержание теоретических занятий:	ОК 1, ПК 3.1.,

<p>эффективности рекламных и коммуникационных кампаний</p>	<p>Задачи и методы оценки эффективности рекламной или коммуникационной кампании (коммуникативной, экономической). Количественные показатели эффективности: число разработанных рекламных или коммуникационных продуктов, число используемых коммуникационных каналов. Медийный эффект мероприятия: количество инициированных публикаций и сюжетов (платных, бесплатных), количество незапланированных публикаций и сюжетов. Количество реакций аудитории (лайки репосты, комментарии). Качественные показатели: узнаваемость, заинтересованность, вовлеченность аудитории. Оценка достижимости ожидаемых результатов кампании, зафиксированных в цели кампании.</p> <p>Содержание практических занятий: Оценка рекламной или коммуникационной кампании по предложенному плану, обсуждение результатов. Представление результатов оценки качества рекламной или коммуникационной кампании, участие в групповом обсуждении.</p>	<p>ПК 3.2., ПК 3.3</p>
<p>Тема 6. Event-маркетинг как технология организации событий</p>	<p>Содержание теоретических занятий: Понятие специального события, специального мероприятия. Понятие и характеристики сферы event-маркетинга. Примеры успешных кейсов реализации специальных событий и мероприятий мирового, национального, регионального уровня. Обзор национального и регионального рынка event-индустрии.</p> <p>Содержание практических занятий: Индивидуальная или командная презентация (устная, с элементами визуализации) одного из кейсов реализации специальных событий и мероприятий мирового, национального, регионального уровня Презентация подготовленных сообщений, участие в обсуждении</p>	<p>ОК 1, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3.</p>
<p>Тема 7. Характеристики и классификации специальных мероприятий</p>	<p>Содержание теоретических занятий: Классификации специальных мероприятий по содержанию, по аудитории, по плановой прибыли. Деловые, обучающие, торжественные, развлекательные, спортивные мероприятия, промо-события и т.д. Мероприятия внутренние и внешние, открытые и закрытые, мероприятия для СМИ, сотрудников, руководителей, широкой аудитории. Доходные и планово-убыточные мероприятия. Форматы мероприятий: конференции, форумы, презентации, концерты, церемонии, пресс-конференции и т.д. Очные и дистанционные мероприятия.</p> <p>Содержание практических занятий: Работа в группах: определение вида и формата предложенного мероприятия; поиск в открытых источниках информации о мероприятиях по заданным параметрам; разработка проекта мероприятия на заданную тему. Устный отчет группы по классификации мероприятий, презентация проекта мероприятия на заданную тему</p>	<p>ОК 1, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3.</p>
<p>Тема 8. Этапы и направления организации мероприятия</p>	<p>Содержание теоретических занятий: Этапы организации и проведения специальных мероприятий. Техническое задание, определение формата и тематики, выбор и оформление локации; сценарий и режиссура мероприятия; работа с подрядчиками; информационное сопровождение; обеспечение мероприятия; мониторинг результатов. Направления работы по организации мероприятия. Информационно-коммуникационное направление. Организационное направление. Техническое обеспечение мероприятий. Кейтеринг.</p> <p>Содержание практических занятий: Посещение специального мероприятия; поэтапная работа по организации мероприятия. Проведение мероприятия (командой, группой).</p>	<p>ОК 1, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3.</p>
<p>Тема 9. Критерии оценки качества мероприятия</p>	<p>Содержание теоретических занятий: Задачи и методы оценки эффективности мероприятий (коммуникативной, экономической). Количественные показатели эффективности мероприятия: число участников, спикеров, приглашенных референтных лиц. Медийный эффект мероприятия:</p>	<p>ОК 1, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3.</p>

	<p>количество инициированных публикаций и сюжетов (платных, бесплатных), количество незапланированных публикаций и сюжетов, оценка их каналов и инициаторов (соцсети, средства массовой коммуникации; спикеры и участники мероприятия и т.д.) Количество реакций аудитории (лайки репосты, комментарии), в т.ч. в сравнении с другими организованными мероприятиями. Мониторинг и контент-анализ публикаций о мероприятии. Оценка качества технического обеспечения мероприятия, бесперебойности работы оборудования и технических специалистов. Оценка достижения плана доходности мероприятия в случае его коммерческой составляющей, в т.ч. соотношение затрат и полученной прибыли. Оценка имиджевого или социального эффекта мероприятия – в зависимости от поставленных задач.</p>	
<p>Тема 10. Информационное сопровождение специальных мероприятий</p>	<p>Содержание практических занятий: Оценка мероприятий по предложенному плану, обсуждение результатов. Представление результатов оценки качества мероприятий, участие в групповом обсуждении.</p> <p>Содержание теоретических занятий: Работа со средствами массовой коммуникации: анонсирование мероприятия, рассылка пресс-релизов, приглашение, разработка и распространение информационных материалов, условия аккредитации журналистов, обеспечение доступа к ключевым участникам мероприятия, мониторинг публикаций и сюжетов. Специальное мероприятие как информационный повод. Самостоятельное информационное сопровождение специальных мероприятий: создание медиаконтента (видео, тексты, аудио, фото, дизайн-продукты), продвижение мероприятий в социальных сетях, в интернете, офлайнметодами.</p> <p>Содержание практических занятий: Правила реализации медиарилейшнз – установления и поддержания профессиональных коммуникаций со СМИ. Анализ работы организаторов мероприятий со СМИ (информация из открытых источников); участие в самостоятельной организации информационного сопровождения специальных мероприятий. Участие в работе по анализу медиарилейшнз и организации информационного сопровождения мероприятия</p>	<p>ОК 1, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3.</p>
<p>Учебная практика (ознакомительная). Виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - участие в разработке и проведении маркетинговых и медиаисследований; - подбор целевых аудиторий, - участие в сегментации рынка для конкретного заказчика или товара; - составление опросников; - участие в проведении опросов разных видов; - применение программного обеспечения и открытых интернет - ресурсов для обработки результатов исследования; - участие в исследовании медиапредпочтений целевых аудиторий; - сравнительный анализ и оценка рейтингов средств массовой коммуникации. 		<p>ОК 2, ОК 4, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3</p>

Примерная тематика самостоятельной работы обучающегося:

- Подготовка к семинарским / практическим занятиям
- Подготовка докладов / рефератов / презентаций / мультимедиа сообщений и т.п.
- Решение практических ситуационных задач / разноуровневых заданий (на основе практической ситуации) / практических ситуаций (кейсов)
- Выполнение заданий по поиску, анализу и систематизации информации
- Подготовка к терминологическому диктанту
- Подготовка к контрольному тестированию
- Формулирование кейсов для рассмотрения различных ситуаций, конфликтов, переговорных процессов

2.3. Распределение объема профессионального модуля по разделам, темам и видам учебной работы

2.3.1. Учебно-тематический план занятий (очная форма обучения)

Раздел, тема дисциплины	Общий объем учебной работы (час.)	Учебная работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем (час.)		Самостоятельная работа (час.)
		Лекции	Практические занятия	
<i>МДК.01.01 Маркетинг и маркетинговые исследования в рекламе и PR</i>	82	20	30	32
Раздел 1. Маркетинговая деятельность организации	17	4	7	6
Тема 1. Теоретические основы маркетинга. Объекты и субъекты маркетинга	4	1	1	2
Тема 2. Функции управления в маркетинге	5	1	2	2
Тема 3. Маркетинговая стратегия организации	8	2	4	2
Раздел 2. Организация и проведение маркетинговых исследований в рекламе и PR	61	15	22	24
Тема 6. Сущность и содержание маркетинговой информационной системы и маркетинговых исследований	6	1	1	4
Тема 7. Типы и технология проведения маркетинговых исследований	12	2	5	5
Тема 8. Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований	11	2	4	5
Тема 9. Основные понятия и методы полевых маркетинговых исследований	18	6	7	5
Тема 10. Обработка результатов и оформление отчета маркетинговых исследований	14	4	5	5
<i>Дифференцированный зачет</i>	4	1	1	2
<i>МДК.01.02 Организация и проведения рекламных и коммуникационных кампаний</i>	90	24	30	36
Тема 1. Виды и особенности рекламных и коммуникационных кампаний и программ	8	2	2	4
Тема 2. Аналитический этап рекламной и коммуникационной кампании	10	2	4	4
Тема 3. Этап планирования и разработки в рекламной и коммуникационной кампании	8	2	2	4
Тема 4. Этап коммуникации с аудиториями	8	2	2	4
Тема 5. Оценка эффективности рекламных и коммуникационных кампаний	10	4	2	4
Тема 6. Event-маркетинг как технология организации событий	8	2	4	2
Тема 7. Характеристики и классификации специальных мероприятий	8	2	4	2
Тема 8. Этапы и направления организации мероприятия	8	2	2	4
Тема 9. Критерии оценки качества мероприятия	10	4	2	4
Тема 10. Информационное сопровождение специальных мероприятий	8	2	4	2
<i>Дифференцированный зачет</i>	4	1	1	2
<i>Экзамен по модулю</i>	12			

<i>Учебная практика (ознакомительная)</i>	72	4	44	24
ВСЕГО:	256	48	104	92

2.3.2. Учебно-тематический план занятий (заочная форма обучения)

Раздел, тема дисциплины	Общий объем учебной работы (час.)	Учебная работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем (час.)		Самостоятельная работа (час.)
		Лекции	Практические занятия	
<i>МДК.01.01 Маркетинг и маркетинговые исследования в рекламе и PR</i>	82	4	4	74
Раздел 1. Маркетинговая деятельность организации	17	1	-	16
Тема 1. Теоретические основы маркетинга. Объекты и субъекты маркетинга	4	-	-	4
Тема 2. Функции управления в маркетинге	5	-	-	5
Тема 3. Маркетинговая стратегия организации	8	1	-	7
Раздел 2. Организация и проведение маркетинговых исследований в рекламе и PR	61	2	4	55
Тема 6. Сущность и содержание маркетинговой информационной системы и маркетинговых исследований	6	-	-	6
Тема 7. Типы и технология проведения маркетинговых исследований	12	1	1	10
Тема 8. Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований	11	-	1	10
Тема 9. Основные понятия и методы полевых маркетинговых исследований	18	1	1	16
Тема 10. Обработка результатов и оформление отчета маркетинговых исследований	14	-	1	13
<i>Дифференцированный зачет</i>	4	1	-	3
<i>МДК.01.02 Организация и проведения рекламных и коммуникационных кампаний</i>	90	6	4	80
Тема 1. Виды и особенности рекламных и коммуникационных кампаний и программ	8	0,5	-	7,5
Тема 2. Аналитический этап рекламной и коммуникационной кампании	10	0,5	0,5	9
Тема 3. Этап планирования и разработки в рекламной и коммуникационной кампании	8	0,5	0,5	7
Тема 4. Этап коммуникации с аудиториями	8	0,5	0,5	7
Тема 5. Оценка эффективности рекламных и коммуникационных кампаний	10	0,5	0,5	9
Тема 6. Event-маркетинг как технология организации событий	8	0,5	-	7,5
Тема 7. Характеристики и классификации специальных мероприятий	8	0,5	-	7,5
Тема 8. Этапы и направления организации мероприятия	8	0,5	-	7,5
Тема 9. Критерии оценки качества мероприятия	10	0,5	0,5	9
Тема 10. Информационное сопровождение специальных мероприятий	8	0,5	0,5	7
<i>Дифференцированный зачет</i>	4	1	-	3

Экзамен по модулю	12	12	x	x
Учебная практика (ознакомительная)	72	-	10	62
ВСЕГО:	256	10	18	216

2.4. Виды, формы и методы контроля планируемых результатов освоения профессионального модуля

Текущий контроль определяет степень качества усвоения изученного учебного материала теоретического и практического характера в ходе обучения. Система текущего контроля успеваемости предусматривает разнообразные по форме и содержанию контрольные мероприятия (контрольные точки), учитывающие все виды аудиторной и самостоятельной учебной деятельности обучающегося.

Основными видами текущего контроля успеваемости студентов являются:

- входной контроль - необходимый для успешного планирования и управления учебным процессом;

- тематический контроль (по материалам и в объеме одной учебной темы);

- рубежный контроль (в объеме разделов или групп тем по дисциплине) обеспечивающий качество изучения студентами учебного материала, управление учебной деятельностью студентов и ее корректировку, а также стимулирование регулярной, целенаправленной работы студентов, активизация их познавательной деятельности; определение уровня овладения студентами навыками самостоятельной работы, создание условий для их формирования. Рубежный контроль может проводиться несколько раз в семестр, в виде предварительного контроля (перед экзаменом) и / или в форме итогового контроля, направленного на выявление степени овладения студентами системой знаний, умений и навыков (компетенций), полученных в процессе изучения учебной дисциплины. Итоговый контроль осуществляется в конце семестра изучения профессионального модуля.

Основными формами текущего контроля успеваемости студентов являются: устный опрос на лекциях, практических и семинарских занятиях, проверка выполнения письменных домашних заданий, проведение контрольных работ, тестирование (письменное или компьютерное), контроль самостоятельной работы студентов (в письменной или устной форме) и т.д.

Промежуточная аттестация (контроль) обучающихся по профессиональному модулю обеспечивает оценивание результатов учебной деятельности студента за семестр, служащий для определения уровня качества подготовки студентов в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности. Промежуточная аттестация осуществляется в конце семестра и завершает изучение профессионального модуля. Промежуточная аттестация реализуется в форме экзамена по модулю / квалификационного экзамена.

Результаты освоения профессионального модуля достигаются за счет использования в процессе обучения активных и интерактивных методов и технологий формирования заданных компетенций у студентов.

2.5. Использование в процессе обучения активных и интерактивных методов и технологий формирования компетенций.

Переход к компетентностному подходу в процессе обучения требует изменения многих составляющих учебного процесса: содержания, способов контроля и методов обучения. Одним из наиболее важных направлений изменения методов обучения при переходе к компетентностному подходу является использование в учебном процессе активных и интерактивных методов и технологий обучения.

Включение в учебный процесс активных и интерактивных методов обучения активизирует познавательную активность студентов, усиливает их интерес и мотивацию, развивает способность к самостоятельному обучению и обеспечивает более полное усвоение информации (если при лекционной подаче материала усваивается не более 20% информации, то в деловой игре – до 90%).

Активное и интерактивное обучение предполагает обучение, погруженное в общение, которое сохраняет конечную цель и основное содержание предмета, но видоизменяет формы и приемы ведения занятия. К научно-методическим основам, на которых базируется активное и интерактивное обучение относятся обучение через опыт и сотрудничество, учет различий в стилях познания, использование поисковых, исследовательских и игровых методов.

Интерактивное обучение как особая форма организации познавательной деятельности обеспечивает вовлеченность всех студентов в образовательный процесс, создает условия для обмена, взаимного обогащения знаниями, идеями, способами деятельности, способствует установлению эмоциональных контактов между студентами, приучает работать в команде, снимает нервную нагрузку, помогает испытать чувство защищенности, взаимопонимания и собственной успешности.

К методам активного и интерактивного обучения относятся:

Игровые технологии: деловая игра, сюжетно - ролевая игра, имитационные игры, игровые занятия на моделях (искусственная образовательная среда, компьютерные деловые игры), стажировка (с выполнением или без выполнения должностной роли), действия по инструкции (алгоритму)

Ситуационный анализ: анализ конкретных ситуаций, решение ситуативных и производственных задач, кейс-технологии (иллюстративные учебные ситуации, кейсы с формированием и без формирования проблемы, прикладные упражнения), разбор инцидентов из практики, баскет-метод и т.д.

Эвристические технологии генерирования идей: «мозговой штурм», синектика, ассоциации (метафоры)

Тренинг-методы: социально-психологический тренинг, тренинг делового общения, психотехнические игры

Проблемное обучение: активные (проблемные) лекции и семинары, лекции-дискуссии, перекрестные дискуссии, тематические дискуссии: круглый стол, пресс-конференция / научно-практическая конференция, дебаты

Проектное обучение: разработка творческого индивидуального или группового проекта, исследовательские проекты, информационные проекты, творческие проекты, социально-ориентированные проекты, игровое проектирование

Командное обучение: работа в малых группах, интервью, работа «группы экспертов»

Тестовые технологии обучения (помимо контроля тесты выполняют также диагностическую, обучающую, организующую, развивающую учебные функции): тесты с однозначным выбором ответа, тест с многозначным ответом, тесты на дополнение, тесты перекрестного выбора, МАСТАК-технология (метод активного социологического тестирования, анализа и контроля)

2.6. Задачи, уровни, виды и формы самостоятельной работы и перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

Согласно требованиям ФГОС СПО и иных нормативных документов самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она способствует более глубокому освоению изучаемой дисциплины, обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных практических задач, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарским и практическим занятиям, сдаче зачетов и экзаменов, обеспечивая тем самым формирование общекультурных и профессиональных компетенций обучающихся.

Самостоятельная работа студентов является совокупностью аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение образовательной программы среднего профессионального образования в соответствии с требованиями ФГОС СПО.

В рамках освоения основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования самостоятельная работа обучающихся направлена на решение следующих задач:

- закрепление и расширение знаний, умений, полученных студентами во время лекционных и практических занятий, формирование на их основе устойчивых стереотипов умственной и физической деятельности;
- приобретение дополнительных знаний и навыков по дисциплинам, междисциплинарным комплексам, профессиональным модулям, практическому обучению;
- формирование и развитие знаний и навыков, связанных с научно-исследовательской деятельностью, навыков самоорганизации;
- формирование самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной практической и учебно-исследовательской деятельности

Уровни самостоятельной работы обучающихся:

1. Самостоятельная работа по образцу (низкий уровень самостоятельности) – предполагает непосредственный перенос известного способа решения в аналогичную ситуацию. Работа выполняется на основе алгоритмов, ранее продемонстрированных преподавателем и опробованных студентами при выполнении предыдущих заданий. Воспроизведение алгоритмов способствует формированию умений и навыков, запоминанию способов самостоятельной работы в конкретных ситуациях.

2. Самостоятельная работа – реконструкция (пороговый уровень самостоятельности) предполагает осмысленный перенос знаний и умений в типовые ситуации, учит анализировать события, явления, факты, создает условия для развития мыслительной активности обучающихся, формируют приемы и методы познавательной деятельности.

3. Самостоятельная работа – исследование (продвинутый уровень самостоятельности) - основана на постоянном поиске новых решений, обобщении и систематизации полученных знаний, их переносе в иные нестандартные ситуации и направлена на формирование и развитие творческой деятельности обучающихся.

Структура самостоятельной работы включает три основных этапа: подготовительный (ориентировочный), исполнительный и контрольно-диагностический. В рамках указанных этапов последовательно выполняются следующие учебные действия: анализ учебного задания и сроков его выполнения, поиск способов и средств его выполнения; планирование хода выполнения задания и прогнозирование возможных затруднений; проверка, оценка и самооценка полученных результатов.

Самостоятельная работа

№ п/п	Вид самостоятельной работы	Содержание самостоятельной работы	Примерное время
1.	Подготовка к лекции (теоретическому занятию)	Самостоятельная работа по подготовке к лекции необходима для повторения изученного ранее материала, поскольку изучение любой дисциплины строится на последовательном освоении разделов и тем, каждая из которых так или иначе связана с предыдущими. Поэтому уровень освоения конкретной дисциплины и формирования соответствующих общих и профессиональных компетенций напрямую связан с тем, насколько студент ориентирован на получение на лекциях новых знаний, дополняющих уже имеющиеся по данной дисциплине.	20 минут
2.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию	Самостоятельная работа обучающихся по подготовке к практическому занятию предполагает осмысление цели и задач его проведения, овладение навыками аналитической и научно – исследовательской деятельности. Самостоятельная подготовка к практическому (семинарскому) занятию направлена на: - развитие навыков работы с научной и иной литературой; - формирование навыков формулировки задачи / выявления проблемы и умения их анализировать, выделять составные части, определять этапы решения задачи / проблемы; - поиск и анализ дополнительной информации, позволяющей глубже разобраться в отдельных вопросах темы или сформировать целостное представление по проблеме; - выработку умения формулировать задачи поиска информации, определять необходимые источники информации и их актуальность, структурировать получаемую информацию, выделяя наиболее значимую часть, оценивать практическую значимость и оформлять результаты поиска;	30 - 60 минут

		<ul style="list-style-type: none"> - формирование и развитие навыков грамотного изложения своих мыслей в устной и письменной форме с использованием современной научной профессиональной терминологии, для подготовки собственного выступления по обсуждаемым вопросам; - формирование навыка аргументированного ведения дискуссии по обсуждаемой проблеме. <p>Работа на практическом занятии направлена в том числе на изменение студентом самого себя. Данный результат очень важен, поскольку он обеспечивает формирование целого ряда общекультурных компетенций, например, способность:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество; - самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации; - осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития и т.п. 	
3.	Подготовка к коллоквиуму	<p>Коллоквиум представляет собой коллективное обсуждение раздела дисциплины на основе самостоятельного изучения этого раздела студентами. Подготовка к коллоквиуму осуществляется на основе перечня вопросов, подготовленного преподавателем, ответы на которые необходимо получить при изучении определенного перечня научных источников. Студентам во необходимо ознакомиться со специальной литературой, выписать из нее ответы на вопросы, которые будут обсуждаться на коллоквиуме, сформулировать свое мнение по каждому из вопросов.</p>	30 - 60 минут
4.	Подготовка к контрольной (проверочной) работе	<p>Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой; - повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения; - изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний; - повторение / восстановление алгоритмов, ранее продемонстрированных преподавателем и опробованных студентами при выполнении заданий на практических занятиях; - составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы. 	2 часа
5.	Подготовка к зачету	<p>Самостоятельная подготовка к зачету должна осуществляться в течение всего семестра, в том числе, в рамках подготовки к лекционным и практическим занятиям, а также подготовки к коллоквиуму и контрольной работе, если они предусмотрены преподавателем</p> <p>Подготовка включает в себя, в том числе, очередную проработку всего лекционного материала, материалов, подготовленных к практическим (семинарским) занятиям в течение семестра и полученных во время практических занятий (в рамках докладов</p>	3,5 – 4 часа

		<p>других студентов, во время «круглых столов», дискуссий, обсуждения и осмысления материала); соотнесение данной информации с вопросами к зачету, в случае недостатка информации, поиска ответов в рекомендованной преподавателем учебной, учебно-методической и иной литературе.</p> <p>Рекомендуется делать краткие записи для формирования в сознании четкой логической схемы ответа на вопрос. Накануне зачета необходимо повторить ответы, не используя записи.</p>	
6.	Подготовка к экзамену	<p>Самостоятельная подготовка к экзамену схожа с подготовкой к зачету, но объем учебного материала, который необходимо подготовить к экзамену (восстановить в памяти, вновь осмыслить и понять), значительно больше. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных подходов к сущности того или иного явления, или процесса, умение определять и анализировать факторы их определяющие и т.п.</p> <p>Для этого рекомендуется первоначально в течение 1 - 2 дней, подобрать из разных источников материал, необходимый для развернутого ответа на каждый вопрос, изложив его в виде краткого конспекта. Затем по памяти восстановить содержание каждого ответа.</p>	16 – 24 часа

Формы самостоятельной работы обучающихся для овладения, закрепления и систематизации знаний и формирования умений:

- работа в электронной библиотечной системе, составление конспектов первоисточников и другой учебной и научной литературы, работа с конспектами
- обработка текста (конспекта, учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио и видеозаписей)
- повторная работа с учебным материалом: составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради и т.п.
- аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др.),
- работа с тестами и вопросами для самопроверки
- работа с нормативно – правовыми документами
- написание реферата, эссе
- подготовка курсовой работы
- составление словаря по дисциплине
- разработка индивидуального или группового проекта
- выполнение практического задания (кейса)
- поиск информации по заданным параметрам
- подготовка мультимедиа сообщений / докладов к выступлению на семинаре (конференции), материалов-презентаций и т.п.
- построение сводной (обобщающей) таблицы
- решение задач и упражнений по образцу
- решение вариативных задач
- выполнение расчетных и графических работ

- решение ситуационных задач
- подготовка к деловым / ролевым играм
- проектирование и моделирование различных видов и компонентов профессиональной деятельности
- т.д.

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся: методические указания по самостоятельной работе студентов; учебная и методическая литература в библиотеке и электронной библиотеке Колледжа; отведенное для самостоятельной работы время занятий в компьютерных классах Колледжа, включая работу со специализированным программным обеспечением, информационными справочными системами.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимуму материально-технического обеспечения

Реализация профессионального модуля ПМ.03 Подготовка и проведение маркетингового исследования требует наличия специальных учебных помещений для проведения всех видов занятий, в т.ч. учебных аудиторий для проведения теоретических занятий (лекций) и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, помещений для проведения лабораторных работ, текущего контроля и промежуточной аттестации, соответствующим образом оснащенные помещения для самостоятельной работы студентов.

Учебные помещения должны быть оснащены всем необходимым оборудованием: рабочие места преподавателя, обучающихся, технические и иные средства обучения.

Перечень кабинетов и/или лабораторий и/или мастерских и/или иных помещений, требующихся для освоения дисциплины:

№	Наименование помещения
1.	Кабинет междисциплинарных курсов, истории, философии, профессиональной этики и психологии делового общения
2.	Кабинет проектирования рекламного продукта, цветоведения, шрифтовой и художественной графики, корректуры, художественно-технического редактирования изданий
3.	Лаборатория компьютерного дизайна, компьютерной графики и видеомонтажа
4.	Кабинет истории изобразительных искусств, рисунка и живописи
5.	Методический кабинет
6.	Читальный зал (кабинет для самостоятельной работы)
7.	Актальный зал
8.	Библиотека

3.2. Информационное обеспечение обучения

3.2.1. Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы, информационных Интернет-ресурсов

Основные источники

1. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474521>

2. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09653-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538368>

3. Деньгов, В. В. Теория потребительского поведения: учебник для вузов / В. В. Деньгов. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 117 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18271-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534656>

Дополнительные источники

1. Ильин, В. И. Социология потребления: учебник для вузов / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 433 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08321-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539081>

2. Ойнер, О. К. Управление результативностью маркетинга: учебник и практикум для вузов / О. К. Ойнер. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 350 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04642-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535644>

3. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496326>.

4. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14377-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511781>.

5. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489829>

Справочно-библиографические, периодические издания, в т.ч. российские журналы:

1. Журнал «Реклама. Теория и практика». <http://www.grebennikoff.ru/product/8/>
2. Журнал «PressFeed». <https://news.pressfeed.ru/>
3. Журнал «Редактор». <https://www.editor.ru/podcast/>
4. Интернет-журнал «DNative. Блог про SMM, подкасты, соцсети и маркетинг». <https://dnative.ru/>
5. Электронный научный журнал «Медиаскоп». <http://www.mediascope.ru/>

Информационные ресурсы сети Интернет

1. <https://netology.ru/> - сборник статей на наиболее актуальные маркетинговые темы.
2. <https://vc.ru/> – агрегатор профессиональных блогов
3. <https://cyberleninka.ru/about> - научная электронная библиотека открытого доступа

4. <https://www.behance.net> - платформа для публикации и хранения творческих проектов.
5. www.adindustry.ru. Индустрия рекламы. Информационно-справочный портал
6. <https://psyfactor.org/lib/psyrecl.htm> Информационный ресурс «Пси-Фактор».

3.2.2. Перечень современных баз данных, лицензионное программное обеспечение

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы (информационные технологии), используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине:

- Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» (актуальная версия), содержащая, в том числе, нормативно-правовую базу в области торговли, нормативно-правовую базу в области финансов и т.п. (отечественное производство);
- Информационная система для бухгалтера «КонсультантПлюс для бухгалтера», актуальная версия (отечественное производство);
- Студенческий информационно-справочный портал "Гарант-Образование" <https://edu.garant.ru/> (доступ свободный) (свободно распространяемое);
- Электронно-библиотечная система ibooks.ru. <https://ibooks.ru/> (доступ по паролю) (отечественное производство);
- Образовательная платформа Юрайт для вузов и ссузов. <https://urait.ru/partner/> (доступ по паролю) (отечественное производство);
- Научная электронная библиотека – база данных eLIBRARY.RU <https://elibrary.ru/defaultx.asp> (доступ свободный);
- Scopus – единая база данных рецензируемой научной литературы. www.scopus.com (доступ свободный);

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине:

- Microsoft Windows (лицензионное).
- Офисный пакет программ MicrosoftOffice, включающий текстовый редактор MicrosoftWord, электронную таблицу MicrosoftExcel, программу для подготовки презентаций MicrosoftPowerPoint, браузер InternetExplorer (лицензионное).
- Программный продукт для работы с файлами в формате PDF Adobe Acrobat (свободная лицензия).
- Программное обеспечение для архивации ZIP и RAR: WinRAR (версия, работающая в Windows) (свободная лицензия).
- Программный продукт 1С: Предприятие (лицензионное, отечественное производство).

Особенности учебно-методического обеспечения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Студенты с ограниченными возможностями здоровья, в отличие от остальных студентов, имеют свои специфические особенности восприятия и переработки материала. Подбор и разработка учебных материалов для таких студентов производится с учетом различных форм предоставления данного материала так, чтобы инвалиды с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально. Предусмотрено в случае необходимости создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей, альтернативную версию медиа-контента, предусмотрены возможность масштабирования текста и изображений без потери качества и доступность управления контентом с клавиатуры.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения лекционных и практических занятий, выполнения обучающимися контрольных и самостоятельных работ, индивидуальных заданий, прохождения тестирования, сдачи дифференцированного зачета, экзамена по модулю.

4.1. Результаты, критерии и оценочные средства для проведения текущего и промежуточного контроля освоения профессионального модуля и формирования общих и профессиональных компетенций

4.1.1. Критерии оценивания результатов освоения профессионального модуля и формирования общих и профессиональных компетенций при проведении текущего и промежуточного контроля

1. Базовый уровень освоения учебного материала - пороговый
2. Умение использовать теоретические знания и практические навыки при выполнении профессиональных задач - повышенный
3. Уровень глубокой сформированности общих и профессиональных компетенций – продвинутый

Компоненты результатов обучения по профессиональному модулю	Признаки уровня освоения компонентов компетенций		
	пороговый	повышенный	продвинутый
Знания	Студент демонстрирует знание-знакомство, знание-копию: узнает объекты, явления и понятия, находит в них различия, проявляет знание источников получения информации, может осуществлять самостоятельно репродуктивные действия над знаниями путем самостоятельного воспроизведения и применения информации.	Студент демонстрирует аналитические знания: уверенно воспроизводит и понимает полученные знания, относит их к той или иной классификационной группе, самостоятельно систематизирует их, устанавливает взаимосвязи между ними, продуктивно применяет в знакомых ситуациях.	Студент может самостоятельно извлекать новые знания из окружающего мира, творчески их использовать для принятия решений в новых и нестандартных ситуациях.
Умения	Студент умеет корректно выполнять предписанные действия по инструкции, алгоритму в известной ситуации, самостоятельно выполняет действия по решению типовых задач, требующих выбора из числа известных методов, в предсказуемо изменяющейся	Студент умеет самостоятельно выполнять действия (приемы, операции) по решению нестандартных задач, требующих выбора на основе комбинации известных методов, в непредсказуемо изменяющейся ситуации	Студент умеет самостоятельно выполнять действия, связанные с решением исследовательских задач, демонстрирует творческое использование умений (технологий)

	ситуации		
Иметь практический опыт:	Студент демонстрирует готовность к решению ограниченного количества нетипичных задач при условии оказания ему методической помощи (например, постановка уточняющих вопросов), а также не готов решать практические задачи повышенной сложности и принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.	Студент демонстрирует готовность к самостоятельному решению ограниченного количества нетипичных задач, но испытывает трудности при решении практических задач повышенной сложности, позволяющих принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.	Студент готов решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.

4.1.2. Формы контроля результатов освоения профессионального модуля и формирования общих и профессиональных компетенций при проведении текущего и промежуточного контроля

Наименование результата обучения	Дескрипторы результата обучения	Результаты освоения образовательной программы (компетенции), формирование которых обеспечивается результатом обучения (коды компетенций)	Формы контроля	
			Текущего	Промежуточного
Иметь практический опыт:	<ul style="list-style-type: none"> - определения целевой аудитории и целевых групп - проведения анализа объема рынка - проведения анализа конкурентов - определения и оформления целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий 	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> - поиск информации по заданным параметрам - подготовка мультимедиа сообщений / докладов к выступлению на семинаре (конференции), материалов-презентаций и т.п. - решение ситуационных задач 	Экзамен по модулю
Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> - проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; - анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; - проводить сегментирование рынка; - принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта; 	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> - анализ нормативно-правовых документов - выполнение (проверка выполнения) практических работ; - выполнение вариативных практических заданий - выполнение самостоятельных работ; - контроль самостоятельной работы (в письменной или устной форме); - участие в семинаре; - подготовка и защита реферата - участие в тематических 	

			дискуссиях: круглых столах, пресс-конференция, дебатах и т.п. - контрольные работы - тестирование, в т.ч. компьютерное
Знать:	<ul style="list-style-type: none"> - содержание и сущность аналитической деятельности, ее роль в планировании, осуществлении и регулировании информационно-коммуникативного пространства и управления общественным мнением; - основные принципы, способы и методы, процедуру осуществления анализа медиaprостранства и критерии определения результативности исследований; - основы методологии научного исследования, навыки определения релевантных целей и задач научного исследования; - методы количественного и качественного анализа контента СМИ, медиатекстов различных видов и жанров; - программные средства обработки и представления эмпирического материала научного исследования; - особенности подбора целевой аудитории и целевых групп; - основы анализа объема рынка и конкурентов. 	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> - устный опрос на лекциях / практических занятиях - проверка выполнения устных и письменных домашних заданий - контрольные работы - тестирование, в т.ч. компьютерное

4.1.3. Показатели и критерии оценивания текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения профессионального модуля

Экзамен по модулю является итоговой оценкой уровня сформированности общих и профессиональных компетенций студента по профессиональному модулю и включает в себя оценку теоретических знаний студента, развитие творческого и аналитического мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умение синтезировать полученные знания и применять их к решению практических задач, уровень сформированности практических навыков по виду профессиональной деятельности. Оценка, выставляемая студенту в ходе промежуточной аттестации, является совокупной и учитывает предыдущие оценки его знаний по данному профессиональному модулю, полученные в ходе текущего и промежуточного контроля.

При проведении текущей и промежуточной аттестации по профессиональному модулю в рамках традиционной шкалы оценивания применяются следующие критерии:

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично (зачтено)	студент демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, точно, четко и конкретно отвечает на вопросы, может доказать и проиллюстрировать свои рассуждения практическими примерами, в том числе, полученными в ходе практического обучения, при ответе на вопросы рассуждает, опираясь на знания, полученные как в рамках данного профессионального модуля, так и при изучении других смежных дисциплин (МДК), умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, в том числе, решает

	нестандартные задачи, в целом ответы глубокие, обоснованные и законченные;
Хорошо (зачтено)	в своих ответах на вопросы студент четко формулирует определения и может показать взаимосвязь различных частей пройденного в рамках данного профессионального модуля материала, студент демонстрирует способность к размышлению, при ответе на вопросы рассуждает, опираясь на знания, полученные в рамках данного профессионального модуля, в том числе, в ходе практического обучения, легко решает типовые задачи, способен к самостоятельному пополнению и обновлению знаний и умений в ходе дальнейшей учебной и профессиональной деятельности
Удовлетворительно (зачтено)	студент обнаруживает в целом правильное понимание основных вопросов программного материала, может дать определения основных понятий, пройденных в рамках профессионального модуля, однако излагает их недостаточно четко и / или не в полном объеме, предусмотренном учебным материалом лекционных, практических занятий и практического обучения, не может вывести закономерности и связать воедино разные разделы профессионального модуля, допускает отдельные ошибки в ответе и при выполнении заданий, решение типовых задач может вызывать затруднение, при этом студент обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя
Неудовлетворительно (не зачтено)	знания студента обрывочны, не покрывают всего предмета, скорее заучены, чем поняты и, как следствие, студент не может объяснить связей в рамках изложенного материала, дать точных определений понятий, пройденных в рамках профессионального модуля, дает расплывчатые формулировки, не владеет в должной степени терминологией и приемами решения типовых задач; оценка «неудовлетворительно», как правило, ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании Колледжа без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине

4.1.4. Оценочные средства по профессиональному модулю представлены в рамках Фонда оценочных средств, являющегося приложением к настоящей рабочей программе

4.2. Особенности проведения текущей и промежуточной аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации указанных обучающихся создаются фонды оценочных средств, адаптированные для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и

позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Такие оценочные средства создаются по мере необходимости с учетом различных нозологий. При проведении текущей и промежуточной аттестации для указанных лиц предусмотрено включение в учебный процесс различных посредников, включая тьюторов и уполномоченных по делам инвалидов. Форма проведения текущей аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости таким студентам обеспечиваются соответствующие условия проведения занятий и аттестации, в том числе предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.