Министерство образования Свердловской области

ГАПОУ СО

«Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Утверждаю:
Зам. директора по УР
_____М.Г. Дмитриева
«__» _____2026г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ. 05. ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ПРОФЕССИИ АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ

ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА

УЧ 02-10-26

КЭ

Нижний Тагил
2026

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности (специальностям) среднего профессионального образования (далее СПО) по специальности 42.02.01 Реклама

Организация-разработчик: ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Разработчик:
Краева Е. П., преподаватель ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж».

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

	СОДЕРЖАНИЕ	стр.
1.	ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2.	РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	13
5.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	19

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ. 05 Выполнение работ по профессии агент рекламный.

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальностям среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама Программа профессионального модуля (далее примерная программа) – является частью примерной основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): выполнение работ по профессии агент рекламный и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 5.1. Выбирать творческую стратегию реализации комплексных рекламных проектов.

ПК 5.2. Создавать сценарии и рекламные тексты.

ПК 5.3. Осуществлять поиск образного решения рекламного сообщения.

ПК 5.4. Осуществлять поиск оптимальных технологий для реализации рекламного проекта.

ПК 5.5. Применять методы и приемы режиссуры при реализации рекламного проекта.

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;

- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности; подготовки документации для регистрации авторских прав;

уметь:

- контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения;
- пользоваться специализированными программными обеспечением для обработки графических изображений;
- использовать технологии цифровой фотографии;
- оцифровывать текстовую и графическую информацию;
- **знать:**
- основные виды производства рекламного продукта;
- правила составления текстов рекламных объявлений;
- основные средства компьютерной обработки информации;
- основы цифровой фотографии;
- средства информационно-коммуникационного обеспечения;
- направления рекламной работы;
- содержание рекламной информации;
- применяемые средства рекламы;
- рекламные мероприятия;

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 343 часов,

в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 84 часа,

самостоятельной работы обучающегося – 43 часа;

учебной и производственной практики 216–часов.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ПРОФЕССИИ АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности производство рекламной продукции, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 5.1.	Выбирать творческую стратегию реализации комплексных рекламных проектов.
ПК 5.2.	Создавать сценарии и рекламные тексты.
ПК 5.3.	Осуществлять поиск образного решения рекламного сообщения.
ПК 5.4.	Осуществлять поиск оптимальных технологий для реализации рекламного проекта.
ПК 5.5.	Применять методы и приемы режиссуры при реализации рекламного проекта.
ОК 3	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.
ОК 11	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 12	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения: на иностранном языке.
ОК 13	Проявлять творческую инициативу, внедрять достижения отечественной и зарубежной науки и техники, иметь опыт применения сформированных знаний и умений в условиях внедрения передовых технологий.
ОК 14	Владеть современными информационными и телекоммуникационными технологиями в сфере профессиональной деятельности.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ПРОФЕССИИ АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ

3. 1. Тематический план профессионального модуля ПМ 05 Выполнение работ по профессии агент рекламный

Коды профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов (максимальная учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная нагрузка обучающихся			Самостоятельная работа обучающихся		Учебная, часов	Производственная (по профелю специальности),часов если предусмотрена рассредоточенная практика
			Всего часов	В т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	В т.ч. курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	В т.ч. курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 5.1 ПК 5.2 ПК 5.3 ПК 5.4 ПК 5.5	Теоритические основы профессии агент рекламный	127	84	46		43			
ПК 5.1 ПК 5.2 ПК 5.3 ПК 5.4 ПК 5.5	Учебная практика							72	
ПК 5.1 ПК 5.2 ПК 5.3 ПК 5.4 ПК 5.5	Производственная (по профилю специальности)								144
	Всего:	127	84	46		43		72	144

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
ПМ 05. Выполнение работ по профессии агент рекламный			
МДК 05. 01. Теоритические основы профессии агент рекламный			
Раздел 1. Поведение потребителей			
Тема 1.1. Специфика рынка рекламных услуг. Модели поведения потребителей.	Содержание учебного материала		
	Определение рынка рекламных услуг. Типы потребителей. Модели поведения потребителей. Факторы, определяющие поведение индивидуальных потребителей.	2	1,2
	Практическое занятие №1. Решение типовых задач на тему: «Факторы влияющие на поведение покупателей».	4	2, 3
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 1. Составление презентационного материала на тему: «Модели потребительского поведения».	2	3
Тема 1.2. Управление поведением потребителей.	Содержание учебного материала		
	Сегментирование и удовлетворение потребителей. Полный охват рынка. Позиционирование товара и фирмы на рынке. Возможности маркетинговой коммуникации.	2	1,2
	Практическое занятие №2. Решение ситуационных задач на тему: «Ситуации покупки»	2	2, 3
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 2. Подготовка доклада на тему: «Позиционирование рекламного продукта на рынке города».	2	3
Тема 1.3. Процесс принятия решения потребителями.	Содержание учебного материала		
	Осознание потребности и поиск. Выбор альтернатив. Покупка. Потребление. Социальные нормы поведения потребителей.	2	1,2

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

	Практическое занятие №3. Анализ потребительского экстремизма на рынке рекламных услуг.	2	2, 3
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 3. Подготовка опорного конспекта по теме: «Проявление потребительского экстремизма»	2	3
Раздел 2. Условия и техника продаж			
Тема 2.1. Типы клиентов.	Содержание учебного материала		
	Думающий клиент. Равнодушный клиент. Любопытный клиент. Добродушный клиент. Трусливый клиент. Клиент -нахал.	2	1,2
	Практическое занятие №4 . Деловая игра на тему: «Типы клиентов».	2	2, 3
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 4. Составление схемы «Схема общения с клиентом».	2	3
Тема 2.2. Поиск покупателей.	Содержание учебного материала		
	Активные и пассивные продажи. Создание клиентской базы. Подготовка и планирование продаж.	2	1,2
	Практическое занятие №5. Проектирование схемы продаж рекламного продукта.	4	2, 3
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 5. Составление опорного конспекта на тему: «Бизнес по правилам».	2	3
Тема 2.3. Условия продаж.	Содержание учебного материала		
	Продажи по телефону. Продажи в пределах торгового пространства. Техника продаж. Как мотивировать продавца. Мифы о продавцах и продажах.	2	1,2
	Практическое занятие №6. Деловая игра: «Условия продаж».	2	2, 3
	Внеаудиторная самостоятельная работа №6. Подготовка доклада на тему: «Особенности общения по телефону».	1	3
Тема 2.5. Персональные продажи.	Содержание учебного материала		
	Эволюция персональных продаж. Типы продавцов. Задачи, принципы и функции персональных продаж. Успех персональных продаж. Знание своего бизнеса. Деловой тип клиента. Психологический тип клиента.	2	1,2

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

	Практическое занятие №8. Деловая игра на тему: «Владение техникой персональных продаж».	2	2, 3
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 8. Подготовка реферата на тему: «Современные проблемы в продажах и особенности их осуществления на российском рынке».	2	3
Тема 2.6. Как научиться технике продаж.	Содержание учебного материала		
	Методы поиска клиентов. Установление отношений с клиентом. Умение задавать вопросы. Проведение презентации. Инструменты продаж.	2	1,2
	Практическое занятие №9. Деловая игра «Техника продаж».	2	2, 3
	Внеаудиторная самостоятельная работа №9. Подготовка доклада на тему: «Современные приемы проведения презентации рекламного продукта».	2	3
Тема 2.7. Планирование продаж.	Содержание учебного материала		
	Организация плана продаж. Координация плана продаж. Мотивация на выполнение плана продаж. Контроль за выполнением плана.	2	1,2
	Практическое занятие №12. Анализ выполнения плана продаж.	2	2, 3
	Внеаудиторная самостоятельная работа №12. Составление таблицы на тему: «Как планирование может гарантировать рост продаж».	2	3
Тема 3.4. Составление коммерческого предложения.	Содержание учебного материала		
	Что гарантирует успех коммерческого предложения. Составление коммерческого предложения. Цель последующей работы.	2	1,2
	Практическое занятие № 13. Групповая работа над переводом свойств (особенностей) товара в преимущества (выгоды) для клиента (работа с образцами продукции фирмы).	2	2, 3
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 13. Сбор информации для презентации коммерческого предложения.	2	3
Тема 3.5. Каналы сбыта.	Содержание учебного материала		
	Какие возможности открывают каналы сбыта. «Три причины» для начала развития сбытовой сети. «Три проблемы» при взаимодействии с каналами сбыта и как их решать.	2	1,2

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

	Внеаудиторная самостоятельная работа № 14. Подготовка эссе на тему: «Почему важно учитывать динамику развития рынка».	2	3
Раздел 4. Бренд			
Тема 4.1. Структурные компоненты успешного бренда.	Содержание учебного материала		
	Определение бренда. Успешный бренд. Материальные составляющие бренда. Желательные свойства символа.	2	1,2
	Практическое занятие № 15. Деловая игра на тему: «Этапы планирования рекламной кампании».	4	2, 3
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 15. Составление таблицы «Желательные свойства символа»	2	3
Тема 4.2. Создание образа	Содержание учебного материала		
	Использование фонетических средств языка. Модные названия. Создание ярких ассоциаций.	2	1,2
	Практическое занятие №16. Решение задач по теме «Создание образа».	4	2, 3
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 16. Исследование «образа» рекламной компании города.	4	3
Тема 4.3 Слоган.	Содержание учебного материала		
	Определение слогана. Требования предъявляемые к формулировке слогана. Рекламный текст.	2	1,2
	Практическое занятие №17. Разработка слогана рекламной компании.	2	2, 3
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 17. Подготовка реферата на тему: «Первые неудачи и успехи применения слоганов в России»	4	3
Тема 4.4. Упаковка товара.	Содержание учебного материала		
	Роль упаковки товара. Требования к упаковке товара. Управление дизайном упаковки.	2	1,2
	Практическое занятие №18. Решение тестовых заданий по теме «Упаковка товара».	2	2, 3
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 18. Подготовка реферата на тему «Стандартизация и сертификация в системе обеспечения конкурентоспособности товара»	4	3
Тема 4.5. Принципы успешного продвижения бренда.	Содержание учебного материала		
	Эффективность бренда. 13 принципов брендинга.	2	1,2
	Практическое занятие № 19. Анализ известных брендов.	4	2, 3

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

	Внеаудиторная самостоятельная работа № 19. Подготовка опорного конспекта на тему: «Брендинг и особенности его применения в современных условиях»	2	3
Раздел 5. Реклама			
Тема 5.1 Рекламная деятельность	Содержание учебного материала		
	Рекламная политика. Каналы распространения рекламы. Место и роль PR в деятельности фирмы. Стратегические вопросы продвижения. Рекламная концепция.	2	1,2
	Практическое занятие №20. Деловая игра «Воздействие рекламных обращений».	2	2, 3
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 20. Составление схемы: «Воздействие рекламных обращений».	2	3
Тема 5.2 Организация технического процесса изготовления рекламного продукта.	Содержание учебного материала		
	Процесс разработки рекламного продукта. Организация процесса разработки и исполнения рекламного продукта. Рекламная стратегия. Творческий процесс в рекламе.	2	1,2
	Практическое занятие №21. Разработка и подготовка презентации рекламного продукта.	2	2, 3
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 21. Согласование макета рекламного продукта с заказчиком, корректировка и устранение недостатков	2	3
Тема 5.3. Особенности рекламы.	Содержание учебного материала		
	Реклама на радио. Преимущества и недостатки печатной рекламы. Наружная реклама. Видеообразы - сильный ход успешного брендинга. Интернет.	2	1,2
	Практическое занятие №22. Презентация рекламного продукта.	4	2, 3
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 22. Подготовка реферата на тему: «Как дать рекламу».	4	3

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля ПМ 05. Выполнение работ по профессии «Агент рекламный», предполагает наличие учебного кабинета социально-экономических дисциплин; лаборатории информационных и коммуникационных технологий.

Оборудование учебного кабинета социально-экономических дисциплин и рабочих мест кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебные пособия;
- комплект учебно-методических материалов;
- комплект учебно-наглядных пособий.

Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением по предмету и мультимедиа проектор.

Оборудование лаборатории информационных и коммуникационных технологий и рабочих мест лаборатории:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации;
- комплект учебно-наглядных пособий;

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику, которую рекомендуется проводить концентрированно.

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест:

- рабочие станции;

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

- лицензионное программное обеспечения;
- источники бесперебойного питания;
- мобильные устройства для хранения информации;
- локальная сеть;
- подключение к глобальной сети Интернет;
- оборудование электропитания;

4.2. Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1.Нормативно-правовые документы:

1. «Трудовой кодекс Российской Федерации» от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 28.07.2011) Электронный ресурс //СПС « Консультант Плюс».

2. «О защите прав потребителей», Федеральный закон от 09.01.96 с изменениями и дополнениями от 17.12.2010 ФЗ-212.

3. Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации [Текст] // Информационно-правовая система «Консультант Плюс».

4. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации [Текст] // Информационно-правовая система «Консультант Плюс».

5. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 *года).Электронныйресурс /СПС «Консультант Плюс»*

6. Федеральный закон "О рекламе" № 38-ФЗ от 13 марта 2006 г. (ред. 9 февраля 2007 г.) *Электронный ресурс /СПС «Консультант Плюс»*

7. Шарков, Ф.И. Рекламная деятельность. : учебник / Шарков Ф.И. — Москва : КноРус, 2018. — 287 с.

8. Костина, А.В. Основы рекламы. : учебное пособие / Костина А.В., Макаревич Э.Ф., Карпухин О.И. — Москва : КноРус, 2019. — 401 с.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Учебная литература:

1. Барышев А. Маркетинг: учебник для спо. - М.: Академия, 2019.
2. Мурахтанова Н. Маркетинг: учебное пособие для спо / Н.М. Мурахтанова, Е.И. Еремина. - М.: Академия, 2019.
3. Лукина А.В. Маркетинг товаров и услуг: учебное пособие / А.В. Лукина.- М.: Форум: Инфра-М, 2017.
4. Маркетинг PR и реклама: учебник / под ред. И.М. Синяевой. - М.: Юнити-Дана, 2018.
5. Румынина В. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: учебник для спо / В.В. Румынина. - М.: Академия, 2019.
6. Свиридова Е.А. Правовое регулирование рекламы: учебное пособие [Электронный ресурс] / Е.А. Свиридова. - М.: Юнити-Дана, 2019: Точка доступа / **http://biblioclub.ru**
7. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности: учебник для спо. - М.: Дашков и Ко, 2018.
8. Минбалеев А.В. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие [Электронный ресурс] / А.В. Минбалеев. - М.: ИД «Юриспруденция», 2017: Режим доступа **/http://biblioclub.ru**
9. Герасимов, Б.И. Виды и средства распространения рекламы [Текст] : учебное пособие / Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова, М. А. Блюм ; рец.: М. И. Долженкова, Ф. В. Пеньков. - М. : Форум, 2019. - 128 с.
10. Марочкина, С. С. Введение в специальность. Реклама [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов / С. С. Марочкина, Л. М. Дмитриева, Е. В. Азарова; под ред. Л. М. Дмитриевой. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2018. - 239 с.

Интернет - ресурсы

1. Цифровые учебные материалы **http://abc.vvsu.ru/**
2. Электронно-библиотечная система КнигаФонд **http://www.knigafund.ru**
3. Рубрикон: **www.rubricon.com**

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

4. Научная электронная библиотека (НЭБ): www.elibrary.ru

5. Информационно-аналитическое агентство «ИНТЕГРУМ»: aclient.integrum.ru

6. Электронная библиотека образовательных и просветительских изданий IQ Lib:www.iqlib.ru

7. East View Information Services: www.ebiblioteka.ru

8. АРМ АБИС «Дельфин»

9. Система управления образовательным контентом «Moodle» http://oracul.artem.vvsu.ru

Дополнительные источники:

Учебники и учебные пособия:

1. АнашкинаН.А. Рекламный образ: учебное пособие / под ред. Л.М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018.

2. Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности: учебник. - М.: Дашков и К, 2017.

3. Реклама в торговле: учебное пособие / В.Н. Харпенков. - М.: Академия, 2019.

4. Котлер Ф Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: [Электронный ресурс]: электронный учебник. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018.

5. Тультаев Т. А. Маркетинг услуг [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие - М.: Евразийский открытый институт, 2019: Точка доступа /http://www.biblioclub.ru 4.5.Беквит Г. Продавая незримое: Руководство по современному маркетингу услуг [Электронный ресурс]. - М.: Альпина Паблишер, 2018: Точка доступа /http://www.biblioclub.ru

Периодические издания: Рекламодатель. Маркетинг; Маркетинг в России и за рубежом.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Освоение программы модуля базируется на изучении общепрофессиональной дисциплины Экономика организации.

Реализация программы модуля предполагает (концентрированную) производственную практику. Производственная практика должна проводиться в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля является освоение междисциплинарного курса и учебной практики.

При подготовке к экзамену по МДК 05.01 и экзамену (квалификационному) по модулю организуется проведение консультаций.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требование к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по профессиональному модулю «Выполнение работ по профессии «Агент рекламный»»:

- наличие высшего образования, соответствующего профилю преподаваемого модуля;
- наличие опыта деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимися профессионального цикла;
- стажировка в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Реализация профессионального модуля обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, обязательный опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы. Преподаватели проходят стажировку в профильных организациях не реже одного раза в 3 года. Мастер производственного обучения имеет первую квалификационную

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

категорию с обязательной стажировкой в профильных организациях. Данные о педагогических работниках указаны в ниже прилагаемой таблице.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 5.1. Выбирать творческую стратегию реализации комплексных рекламных проектов.	- Планировать, исполнять и технически изготавливать рекламный проект; - средства информационно-коммуникационного обеспечения; - пользуется творческими источниками для проектной деятельности; - анализирует современные тенденции и динамику развития дизайна.	Интерпретация результатов наблюдения за обучающимися в ходе выполнения практических работ; Экспертная оценка выполнения практических работ
ПК 5.2. Создавать сценарии и рекламные тексты.	- Оцифровывать текстовую и графическую информацию; - правильно составлять тексты рекламных объявлений; - основные средства компьютерной обработки информации.	Экспертная оценка Выполнения практических работ
ПК 5.3. Осуществлять поиск образного решения рекламного сообщения.	- Пользоваться специализированными программными обеспечением для обработки графических изображений; - использовать технологии цифровой фотографии; - применяет средства рекламы; - пользуется различными способами формообразования; - использует методы конструктивного моделирования с помощью компьютерной графики.	Экспертная оценка выполнения практических работ.
ПК 5.4. Осуществлять поиск оптимальных технологий для реализации рекламного проекта.	- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; - контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения; - взаимодействия с субъектами рекламной деятельности; подготовки документации для регистрации авторских прав; - основные виды производства рекламного продукта.	Интерпретация результатов наблюдения за обучающимися в ходе выполнения практических работ; Экспертная оценка выполнения практических работ
ПК 5.5. Применять методы и приемы режиссуры при реализации рекламного проекта.	- Использует компьютерные и телекоммуникационные средства; - разрабатывает сценарий видеосъемки рекламного ролика; - разрабатывает сценарий монтажного плана.	

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

(освоенные общие компетенции)	**результата**	**и оценки**
ОК1. Понимает сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявляет к ней устойчивый интерес.	– демонстрация понимания сущности и социальной значимости своей будущей профессии – качественное выполнение профессиональной деятельности при разработке, проектировании и изготовлении рекламной продукции	– накопительное оценивание – интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (участие в творческих конкурсах, олимпиадах, конференциях и форумах, курсовые работы)
ОК2. Организует собственную деятельность, выбирает типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивает их эффективность и качество.	– способность организовать выполнения этапов проекта: – способность выбирать оптимальные методы и способы для выполнения проекта изготовление рекламных продуктов. – оценивает качество выполненного разрабатываемого продукта.	– экспертная оценка выполненного проекта. – экспертная оценка созданного портфолио
ОК3. Принимает решения в стандартных и нестандартных ситуациях и несет за них ответственность	– предлагает способы выполнения проекта. – оценивает результат выполненного рекламного продукта.	– экспертная оценка выполненного проекта: – интерпретация результатов наблюдения за обучающимися в ходе выполнения проекта.
ОК4. Осуществляет поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	– способность извлекать и анализировать информацию из различных источников, пользуется словарями	– экспертная оценка рекомендаций, таблиц сравнения – экспертная оценка составленного глоссария – экспертная оценка докладов-анализов по рекламной продукции.
ОК5. Использует информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	– работает с графическими редакторами: CorelDraw, Adobe Photoshop, Adobe Flash, 3D –Max – работает с видеоредакторами; - работает с электронной почтой и ресурсами локальных и глобальных информационных сетей	– экспертная оценка выполненного проекта. – экспертная оценка созданного портфолио – интерпретация результатов наблюдения за обучающимися в ходе

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

		работы с Web-ресурсом.
ОК6. Работает в коллективе и в команде, эффективно общается с коллегами, руководством, потребителями	– взаимодействие со студентами, преподавателями в ходе выполнения проекта – понимание общих целей – формулирует вопросы по разработке и созданию рекламной продукции – координирует свои действия с другими участниками общения контролирует свое поведение, свои эмоции, настроение	– интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (участие в творческих конкурсах, олимпиадах, участие в конференциях и студенческих объединениях) – социометрия
ОК7. Берет на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий	– способность добровольно брать на себя ответственность за общекомандный результат – самоанализ и коррекция	– экспертная оценка группового проекта.
	результата проекта;	
ОК8. Самостоятельно определяет задачи профессионального и личностного развития, занимается самообразованием, осознанно планирует повышение квалификации.	способность организовывать самостоятельные занятия по написанию сценария, обработке, изготовлении рекламной продукции	– экспертная оценка пояснительной записки, как вида самостоятельной работы над проектом
ОК9. Ориентируется в условиях постоянного изменения правовой базы	– способность отслеживать изменения правовой базы в СМИ – умение увидеть изменения в правовой базе, используя СПС	– интерпретация результатов наблюдений за обучающимися в дискуссиях, диспутах
ОК10. Исполняет воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).	– демонстрация готовности к исполнению воинской обязанности	– интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (участие дискуссиях, диспутах)
ОК11. Владеет основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	– использование особенностей предпринимательства в рекламной деятельности	– экспертная оценка формирования навыков предпринимательства в рекламной деятельности

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

ОК12. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой. Базовыми умениями общения: на иностранном языке.	– применение экологической, информационной и коммуникативной культуры в рекламной деятельности – способность общения на иностранном языке	– интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (участие в деловых играх, конференциях)

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Лист подписей

ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»
SHA-256 исходного документа: eff484aaee001fb63f176c7e846fc951b1fc05fd64a9cd4b370e22c79f6c5630
Документ: 22 страницы
Проверка подписей: https://sig.nttek.ru/v/BQ3eqB6msCmTnizftDqKS7o2U4HJVTP9HKEoCMiymmEqlVnS
Печатная форма сформирована: 28.10.2026 14:31

№	Роль в подписи	Подписант	Сертификат	Дата и время подписания	Результат проверки
1	Утверждаю	Дмитриева Марина Георгиевна Заместитель директора по учебной работе	№ 7E9C18960643A37EF2C929CD1E513CCD, действителен с 08.10.2026 по 08.10.2027	28.10.2026 14:29:29	**подпись действительна** роль и должность подтверждены подписью

Печатная форма не подписывается и служит для удобства чтения. Юридическую силу имеют исходный PDF-документ и файлы электронных подписей (.sig). Подпись — усиленная неквалифицированная электронная подпись (ч. 3 ст. 5 Федерального закона № 63-ФЗ), выданная удостоверяющим центром колледжа.
Время указано по часовому поясу колледжа (Asia/Yekaterinburg, UTC+5).