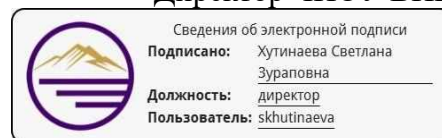


**ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«ВЛАДИКАВКАЗСКИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»
(ЧПОУ ВПК)**

РАССМОТРЕНО
на заседании Педагогического
совета
Протокол № 12
от «29» мая 2026 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор ЧПОУ ВПК



Приказ № 30-Д от «29» мая 2026г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ.05 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ
РАБРЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ
по специальности 42.02.01 «Реклама»**

МДК.05.01 Выполнение работ по должности служащего "Агент рекламный"

Квалификация подготовки:

специалист по рекламе

Форма обучения: очная

Нормативный срок обучения:

2 года 10 месяцев на базе основного общего образования;

1 год 10 месяцев на базе среднего общего образования

Владикавказ, 2026

Рабочая программа дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 «Реклама».

Организация-разработчик: ЧПОУ ВПК

Разработчик: к.пед.н., директор колледжа С.З.Хутинаева, нач.уч.части З.А.Томаева

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.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (20032 Агент рекламный)

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее программа) - является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 «Реклама» в части освоения основного вида деятельности:

(ВД): разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

и профессиональных компетенций (ПК):

ПК 5.1. Организационная деятельность по работе с заказчиком

ПК 5.2. Размещение и сопровождение заказа.

1.2. Цели и задачи модуля, требования к результатам освоения профессионального модуля

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

иметь практический опыт:

- создания и оформления простых текстов рекламных объявлений;
- работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;
- использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы;
- использования информационных технологий для обработки текстовой информации;
- использования информационных технологий для получения и несложной обработки графической информации.

уметь:

- контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения;
- пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений;
- использовать технологии цифровой фотографии;
- различать элементы нормированной и ненормированной речи;
- владеть нормами словоупотребления;
- употреблять грамматические формы слов в соответствии с литературной нормой.

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;
- понятие о разделении рекламных функций оптовой, розничной торговли и промышленности;
- признаки литературного языка и типы речевой нормы;
- приемы редактирования текстов.

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися общих и профессиональных компетенций:

Код	Наименование результата обучения
ПК 5.1.	Организационная деятельность по работе с заказчиком
ПК 5.2.	Размещение и сопровождение заказа
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Всего: 256 часов, из них:

учебной нагрузки обучающегося - 136 часов;

включая: самостоятельная работа обучающегося – 54 часа;

учебная практика – 36 часов;

производственная практика – 72 часа;

квалификационный экзамен – 12 часов.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименование профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			В том числе практической подготовки	учебная нагрузка обучающегося				Учебная, часов	Производственная, часов
				лабораторные и практические занятия, часов	курсовая работа (проект), часов	Самостоятельная работа обучающегося	Промежуточная аттестация, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 5.1. ПК 5.2.	МДК 05.01 Выполнение работ по должности служащего "Агент рекламный"	136	66	66	х	54	х		
ПК 5.1. ПК 5.2.	Учебная практика	36	36					36	
ПК 5.1. ПК 5.2.	Производственная практика	72	72						72
	Квалификационный экзамен	12							
	ВСЕГО	256	174	66	х	54	х	36	72

3.2. Содержание ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих Агент рекламный

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала	Объем часов	Формируемые компетенции
1	2		4
МДК 05.01 Выполнение работ по должности служащего «Агент рекламный»		136/66	
Тема 1. Модели рекламной коммуникации.	Содержание учебного материала Основные формулы рекламного воздействия на потребительскую аудиторию. Суггестия, вербальные и невербальные средства суггестии в рекламе. Типология рекламных роликов по способу подачи материала.	2	ПК 5.1. ПК 5.2.
	Практическое занятие №1: Рассмотреть несколько рекламных продуктов с точки зрения основных формул рекламного воздействия на потребительскую аудиторию. Написать рекламное обращение с применением средств суггестии.	6	
Тема 2. Основные виды рекламы.	Содержание учебного материала Система мероприятий Паблик Рилейшнз. Понятие и виды Product Placement. Реклама «B-to-B». Трейд-маркетинг. Реклама на местах продажи, промоушп акции. Корпоративная реклама. Виды и назначение бизнес-сувениров. Политические PR и реклама. Прямая почтовая рассылка как способ направленно-ответной рекламы. Новые рекламные носители (транспортные карты, чеки супермаркетов, видеокассеты и т.п.)	2	ПК 5.1. ПК 5.2.

	Практическое занятие№2: Описать механизмы проведения промоушн акций для трех продуктов из разных сегментов рынка	8	
Тема 3. Специфика основных каналов рекламной коммуникации.	Содержание учебного материала Специфика каналов вещания. Основные показатели эффективности телевизионной рекламы. Основные показатели эффективности радиорекламы. Сайт компании и промо-сайт, механизмы их продвижения в Интернете, баннерная реклама.	2	ПК 5.1. ПК 5.2.
	Практическое занятие№3: Составить примерный план рекламной кампании для каждого объекта с распределением бюджета по выбранным СМИ, обосновать.	10	
Тема 4. Построение взаимоотношений «Агентство - Клиент». Бриф.	Содержание учебного материала Построение взаимоотношений «Агентство - Клиент». Бриф - как формализация Клиентом задания Агентству. Формы брифов. Правила заполнения брифов.	2	ПК 5.1. ПК 5.2.
	Практическое занятие№4: Заполнение брифа.на основании заказа.	8	
Тема 5. Основные правила оформления рекламного проекта в программе Power Point	Содержание учебного материала Возможности программы Power Point для презентации рекламного продукта. Основные правила оформления проекта в программе Power Point.	2	ПК 5.1. ПК 5.2.
	Практическое занятие№5: Создание презентации рекламного продукта	12	
Тема 6. Структура презентации основных видов рекламных проектов	Содержание учебного материала Структура презентации рекламного проекта. Специфика презентации видеопроектов, BTL-мероприятий, рекламных и брэндинговых стратегий.	4	ПК 5.1. ПК 5.2.

	Практическое занятие №6: Оформить результат работы, как презентацию рекламного проекта.	10	
Тема 7. Торговая марка и бренд. Дифференциация. Факторы необходимости брендинга.	Содержание учебного материала Торговая марка и бренд. Различные трактовки понятия «бренд». Общие и отличительные признаки торговой марки и бренда. Дифференциация, ее необходимость в условиях конкуренции. Конкурентное различие и конкурентное совпадение. Основные факторы необходимости брендинга.	2	ПК 5.1. ПК 5.2.
	Практическое занятие №7: Составить описание известный бренда, провести анализ.	10	
	Дифференцированный зачет		
Самостоятельная работа: Подготовить сценарии рекламных роликов. Анализ рекламных роликов. Определить вербальные и невербальные коммуникации. Работа с лекционным материалом Подготовка сообщений Обзор рекламы в различных СМИ Подбор аудио, видео, фото ряда для презентации рекламного продукта. Обзор известных брендов и их описание.		54	ПК 5.1. ПК 5.2.

Учебная практика Виды работ Характеристика объекта практики Организация деятельности по работе с заказчиком. Проведение поиска клиентов Выбор вида рекламы для реализации рекламной идеи Осуществление поиска различных рекламных идей Изучение порядка размещения и сопровождения заказа Изучение нормативных и руководящих документов по выполнению работ по профессии рекламный агент Тестирование рекламы и определение ее эффективности Изучение порядка работы по поиску новых клиентов Организация первичной работы с заказчиками Индивидуальная работа с клиентом. Подготовка Индивидуальная работа с клиентом.	36	ПК 5.1. ПК 5.2. 3
Производственная практика Виды работ: Поиск клиентов, ведение клиентской базы; Консультирование клиентов по ассортименту выпускаемой продукции и оказываемых услуг, основным их характеристикам; Заключение договоров на изготовление/размещение рекламы по действующим условиям и прейскурантам; Составление плана и предоставления отчетности по продажам.	72	ПК 5.1. ПК 5.2.
Квалификационный экзамен	12	
Всего	256	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1 Материально-техническое обеспечение

Реализация программы учебной дисциплины производится с применением дистанционных технологий и требует наличия электронной образовательной среды; учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета:

- классная доска;
- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебно-практическое оборудование, необходимое для проведения предусмотренных программой практических занятий. В соответствии с ФГОС СПО допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

Технические средства обучения:

- компьютеры с выходом в сеть Internet;
- сайт «Личная студия» с возможностью работы с электронным образовательным ресурсом;
- электронные библиотечные ресурсы.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

- методические указания по организации практических занятий;
- методические указания по самостоятельной работе.

Программное обеспечение:

Программное обеспечение, являющееся частью электронной информационно-образовательной среды и базирующееся на телекоммуникационных технологиях:

- компьютерные обучающие программы;
- тренинговые и тестирующие программы;
- интеллектуальные роботизированные системы оценки качества выполненных работ;
- справочно-правовая система «Консультант плюс», «Гарант»;
- электронно-библиотечная система (ЭБС) ЭБС «IPR SMART» <http://iprbookshop.ru/>;
- программа управления образовательным процессом в ЭИОС (Информационная технология. Программа управления образовательным процессом. КОМБАТ).

Основные источники

1. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. — 2-е изд. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2025. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-2321-3, 978-5-4497-3903-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/145168.html>
2. Пигулевский, В. О. Дизайн визуальных коммуникаций : учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. — 2-е изд. — Саратов : Вузовское образование, 2021. — 441 с. — ISBN 978-5-4487-0765-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102235.html>
3. Шпаковский, В. О. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Е. С. Егорова. — 2-е изд. — Москва, Вологда : Инфра-Инженерия, 2024. — 452 с. — ISBN 978-5-9729-1821-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/143294.html>

Нормативные документы

- Конституция Российской Федерации;
- Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" (с изменениями и дополнениями);
- Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (часть четвертая) (с изменениями и дополнениями)
- Закон РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I "О средствах массовой информации" (с изменениями и дополнениями)

Периодические издания:

Газеты: Рекламный мир; Рекламист, Ведомости, Российская газета, Guardian.

Журналы: Как; Креатив. Creativity; Рекламные идеи – Yes!; Индустрия рекламы; Рекламные технологии; Альманах Лаборатория рекламы и маркетинга и Public Relations; Сувенирка; Коммерсант; Профиль; Эксперт; Наружка; BTL-magazine; Психология, журнал «Communication Arts», еженедельник «Adweek» и другие.

Интернет-ресурсы:

- Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
- Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>
- Сайт о рекламном рынке adindex.ru;
- Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru;
- Сайт "Advertology.ru": www.advertology.ru/
- Рекламные идеи: о брендинге и креативе <http://www.advi.ru>
- Состав: портал о рекламе и PR <http://www.sostav.ru>
- AdVesti: сайт, посвященный рекламодателям <http://www.advesti.ru>
- Media-online: все о рекламе <http://www.media-online.ru>
- RWR. Реклама в России <http://www.rwr.ru>
- АКАР (Ассоциация Коммуникационных Агентств России) <http://www.akarussia.ru/>
- Ассоциация рекламодателей <http://www.assadv.ru/>
- РФР (Ассоциация Рекламная Федерация Регионов) <http://www.rfr.ru/>
- РАСО (Российская ассоциация по связям с общественностью) <http://www.raso.ru/>
- Русбренд (содружество производителей торговых марок) <http://www.rusbrand.comru/>
- Comcon <http://www.comcon-2.ru/>
- TNS www.tns-global.ru
- Adme. Креативная реклама <http://www.adme.ru>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, а также при прохождении практики по профилю специальности.

Результаты обучения (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 5.1.	Знает основные виды производства рекламного продукта; Умеет взаимодействовать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения.	Штудирование Тестирование Выполнение практических заданий Выполнение заданий на экзамене
ПК 5.2.	Знает правила составления текстов рекламных объявлений умеет создавать и оформлять простых текстов рекламных объявлений; Использует информационные технологии для составления и оформления рекламных объявлений; знает направления рекламной работы; Знает требования к содержанию рекламной информации; разрабатывает рекламную кампанию; Знает средства информационно-коммуникационного обеспечения рекламной деятельности; Умеет использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы	
ОК 01.	Демонстрирует понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии; Демонстрирует устойчивый интерес к будущей профессии; Качественно выполняет профессиональную деятельность; Применяет знания на практике	
ОК 02.	Понимает суть профессиональных задач Выбирает и применяет методы и способы решения профессиональных задач; Умеет формулировать цель и задачи предстоящей профессиональной деятельности; Умеет представить конечный результат деятельности в полном объеме	

ОК 03.	Умеет определять проблему в профессионально ориентированных ситуациях; ☐ Умеет планировать поведение в профессионально ориентированных проблемных ситуациях, вносить коррективы, ☐ контролировать ситуацию
ОК 04.	Извлекает и анализирует информацию из различных источников; ☐ Владеет способами поиска и анализа информации; Умеет самостоятельно работать с информацией; Умеет пользоваться словарями, справочной литературой
ОК 05.	Понимает области применения различных компьютерных программ; Владеет элементарными компьютерными навыками; Работает с информационными справочно-правовыми системами Выбирает компьютерную программу в соответствии с решаемой задачей
ОК 06.	Использует конструктивные способы общения с коллегами, руководством, клиентами; Грамотно ставит и задает вопросы; Координирует свои действия с другими участниками общения; Контролирует свое поведение, свои эмоции, настроение