

**ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«САРАТОВСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОФЕССИЙ»**

УТВЕРЖДАЮ

Директор ЧПОУ «Саратовский
колледж инновационных профессий»

_____ В.В. Степанова
регистрационный номер _____

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА-
ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ
МЕНЕДЖЕР ПО РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Дополнительная профессиональная программа-программа профессиональной переподготовки Менеджер по рекламе и связям с общественностью.

Составлено и разработано на основе профессионального стандарта «Маркетолог» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты РФ № 790н от 08.11.2023 г.).

1. Цели реализации программы

Дополнительная профессиональная программа профессиональной переподготовки направлена на совершенствование и (или) получение новой компетенции для осуществления планирования и реализации в организации по проведению рекламных кампаний и кампаниям по связям с общественностью, создания эффективных коммуникаций с внешними партнерами организации, создания положительного имиджа организации/бренда или персоны и его продвижения во внешнюю целевую среду с получением права на ведение нового вида профессиональной деятельности в сфере «Реклама и связи с общественностью».

2. Требования к результатам обучения. Планируемые результаты обучения

2.1. Характеристика нового вида профессиональной деятельности, трудовых функций и (или) уровней квалификации

Дополнительная профессиональная программа профессиональной переподготовки направлена на совершенствование и (или) формирование у слушателей новой компетенции «Менеджер по рекламе и связями с общественностью».

№ п/п	Содержание совершенствуемой или вновь формируемой компетенции (профессии)
1	Создавать отделы рекламы и PR, эффективно управлять коммуникационной деятельностью организации и/или персоны
2	Разрабатывать стратегию, грамотную рекламную и PR политику своей организации
3	Эффективно проводить рекламные и PR кампании, переговоры с внутренними и внешними партнерами
4	Применять на практике в цифровом пространстве методы современных интегрированных коммуникаций, PR-режиссуры, работы со СМИ и социальными сетями
5	Осуществлять грамотный подбор партнеров для проведения рекламных и PR кампаний
6	Создавать безопасную среду для развития бренда, анализировать потенциальные риски
7	Организовать эффективное взаимодействие со всеми ключевыми ньюсмейкерами организации для создания регулярного потока информационных поводов для создания заданного имиджа организации

Программа разработана в соответствии с профессиональным стандартом «Маркетолог» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты РФ № 790н от 08.11.2023 г.).

К освоению программы допускаются лица, имеющие или получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование. Медицинские ограничения регламентированы Перечнем медицинских противопоказаний Минздрава России.

Рабочие места, которые возможно занять по итогам обучения по программе (трудоустройство на вакансии в организации, самозанятость, работа в качестве индивидуального предпринимателя): самозанятый, трудоустройство на следующие вакансии: индивидуальный предприниматель, менеджер по рекламе, маркетолог.

Программа рекомендуется к освоению лицами, имеющими среднее профессиональное и

(или) высшее образование по профессиям/специальностям/направлениям подготовки: в сфере системного администрирования, а также в сфере информационно-коммуникационных технологий.

Программа рекомендуется к освоению лицами, имеющими квалификацию и/или опыт профессиональной деятельности в сфере маркетинга и управления продажами.

2.2 Требования к результатам освоения программы

В результате освоения дополнительной профессиональной программы у слушателя должны быть сформированы компетенции, в соответствии с разделом 2.1. программы.

В результате освоения программы слушатель должен

знать:

- основы менеджмента;
- нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность;
- особенности проведения социологических исследований;
- принципы системного анализа;
- методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов;
- основы работы в операционных системах;
- основы управления инновационными проектами, дизайн-мышления в разработке новых продуктов;
- основы психологии общения с клиентами, конфликтологии и командной работы;
- особенности кросс-культурного взаимодействия с клиентами, партнерами и коллегами.

уметь:

- применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;
- определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования;
- подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования;
- анализировать текущую рыночную конъюнктуру;
- составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования;
- выполнять основные операции по поиску информации;
- создавать и воспроизводить видеоролики, презентации, слайд-шоу, медиафайлы и итоговую продукцию из исходных аудиокомпонентов, визуальных и мультимедийных компонентов;
- управлять размещением цифровой информации, в том числе на дисковых хранилищах локальной и глобальной компьютерной сети;
- формировать медиатеки для структурированного хранения и каталогизации цифровой информации;
- осуществлять постановку задач исследования исходя из целей, выявленных проблем и возможностей, с учетом особенностей стратегии взаимоотношений с клиентами исследуемого типа рынка;
- видеть и понимать проблемы клиента, правильно оценивать ожидания клиента, предварительно анализировать проблемы и прогнозировать возможности оптимального решения стандартных и нестандартных маркетинговых задач в условиях неопределенности.

3. Содержание программы

Категория слушателей: лица, имеющие или получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Трудоемкость обучения: 256 академических часа.

Форма обучения: очно-заочная с применением дистанционных образовательных технологий.

3.1. Учебный план

№	Наименование модулей	Всего, ак. час.	В том числе			Форма контроля
			лекции	практические занятия	самостоятельная работа	
1.	Модуль 1. Специфика работы в области рекламы и связей с общественностью в современном обществе	72	14	22	36	дифференцированный зачет методом выполнения практического задания
2.	Модуль 2. Планирование и проведение рекламных кампаний	72	14	22	36	дифференцированный зачет методом выполнения практического задания
3.	Модуль 3. PR режиссура и другие современные техники и форматы работы связей с общественностью	36	8	10	18	дифференцированный зачет методом выполнения практического задания
4.	Модуль 4. Digital-коммуникации при проведении PR кампаний	36	8	10	18	дифференцированный зачет методом выполнения практического задания
5.	Модуль 5. Оценка эффективности проведения рекламных и PR кампаний	36	8	10	18	дифференцированный зачет методом выполнения практического задания
6.	Итоговая аттестация:	4				экзамен
ИТОГО:		256	52	74	130	

3.2. Учебно-тематический план

№	Наименование модулей	Всего, ак. час.	В том числе			Форма контрол я
			лекци и	практ ическ ие занят ия	самостоя тельная работа	
1.	Модуль 1. Специфика работы в области рекламы и связей с общественностью в современном обществе	72	14	22	36	дифференц ированный зачет методом выполнения практическ ого задания
1.1	Методы работы в области рекламы и связей с общественностью.	72	14	22	36	
2.	Модуль 2. Планирование и проведение рекламных кампаний	72	14	22	36	дифференц ированный зачет методом выполнения практическ ого задания
2.1	Маркетинг. Маркетинговые программы. Проведение рекламных кампаний.	72	14	22	36	
3.	Модуль 3. PR режиссура и другие современные техники и форматы работы связей с общественностью	36	8	10	18	дифференц ированный зачет методом выполнения практическ ого задания
3.1	Современные техники и форматы работы связей с общественностью	36	8	10	18	
4.	Модуль 4. Digital-коммуникации при проведении PR кампаний	36	8	10	18	дифференц ированный зачет методом выполнения практическ ого задания
4.1.	Digital-коммуникации. Методы и формы проведения PR кампаний	36	8	10	18	
5.	Модуль 5. Оценка эффективности проведения рекламных и PR кампаний	36	8	10	18	дифференц ированный зачет методом выполнения практическ ого задания
5.1.	Методы оценки эффективных рекламных кампаний.	36	8	10	18	
6.	Итоговая аттестация	4			4	экзамен
	ИТОГО:	256	52	74	130	

3.3. Учебная программа

Модуль 1. Специфика работы в области рекламы и связей с общественностью в современном обществе.

Тема 1.1. Методы работы в области рекламы и связей с общественностью.

Лекция: Экскурс в историю дизайна и его направления. Профессия Маркетолог. Понятие о компетенции. Техническое описание компетенции. Профессиональный стандарт по профессии «Менеджер по рекламе и связям с общественностью» (Индустриальный стандарт профессии, техническое задание, инфраструктура, оборудование рабочих мест, основные термины).

Деятельность слушателя:

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала;
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте

Лекция: Методы маркетинговых исследований. Анализ рынка.

Деятельность слушателя:

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала;
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте

Лекция: Особенности проведения социологических исследований.

Деятельность слушателя:

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала;
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте

Лекция: Методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов.

Деятельность слушателя:

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала;
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте

Лекция: Основы работы в операционных системах.

Деятельность слушателя:

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала;
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте

Лекция: Основы работы в операционных системах.

Деятельность слушателя:

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала;
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте

Лекция: Основы психологии общения с клиентами, конфликтологии и командной работы; особенности кросс-культурного взаимодействия с клиентами, партнерами и коллегами.

Деятельность слушателя:

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала;
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте

Практическое занятие. *Определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования.*

Деятельность слушателя:

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями;
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

Деятельность преподавателя:

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие. *Анализировать текущую рыночную конъюнктуру.*

Деятельность слушателя:

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями;
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

Деятельность преподавателя:

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие. *Создавать и воспроизводить видеоролики, презентации, слайд-шоу, медиафайлы и итоговую продукцию из исходных аудиокомпонентов, визуальных и мультимедийных компонентов.*

Деятельность слушателя:

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями;
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

Деятельность преподавателя:

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие. *Создавать и воспроизводить видеоролики, презентации, слайд-шоу, медиафайлы и итоговую продукцию из исходных аудиокомпонентов, визуальных и мультимедийных компонентов*

Деятельность слушателя:

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями;
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

Деятельность преподавателя:

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие. *Предварительно анализировать проблемы клиентов и прогнозировать возможности оптимального решения стандартных и нестандартных маркетинговых задач в условиях неопределенности.*

Деятельность слушателя:

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями;
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

Деятельность преподавателя:

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие. *Применять на практике в цифровом пространстве методы современных интегрированных коммуникаций, PR-режиссуры, работы со СМИ и социальными сетями*

Деятельность слушателя:

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями;
- размещение работы в указанных папках;

- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

Деятельность преподавателя:

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие. *Применять на практике в цифровом пространстве методы современных интегрированных коммуникаций, PR-режиссуры, работы со СМИ и социальными сетями*

Деятельность слушателя:

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями;
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

Деятельность преподавателя:

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие. *Организовать эффективное взаимодействие со всеми ключевыми ньюсмейкерами организации для создания регулярного потока информационных поводов для создания заданного имиджа организации*

Деятельность слушателя:

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями;
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

Деятельность преподавателя:

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие. *Организовать эффективное взаимодействие со всеми ключевыми ньюсмейкерами организации для создания регулярного потока информационных поводов для создания заданного имиджа организации*

Деятельность слушателя:

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями;
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

Деятельность преподавателя:

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие. *Организовать эффективное взаимодействие со всеми ключевыми ньюсмейкерами организации для создания регулярного потока информационных поводов для создания заданного имиджа организации*

Деятельность слушателя:

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями;
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

Деятельность преподавателя:

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие. *Организовать эффективное взаимодействие со всеми ключевыми ньюсмейкерами организации для создания регулярного потока информационных поводов для создания заданного имиджа организации*

Деятельность слушателя:

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями;
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

Деятельность преподавателя:

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Модуль 2. Планирование и проведение рекламных кампаний

Тема 2.1. Маркетинг. Маркетинговые программы. Проведение рекламных кампаний.

Лекция: Маркетинг. Маркетинговые программы.

Деятельность слушателя:

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала;
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте

Лекция: Маркетинговые программы. Разработка маркетинговых программ.

Деятельность слушателя:

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала;
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте

Лекция: Маркетинговые программы. Реализация маркетинговых программ.

Деятельность слушателя:

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала;
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте

Лекция: Маркетинговые программы. Реализация маркетинговых программ.

Деятельность слушателя:

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала;
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте

Лекция: Маркетинговые программы. Реализация маркетинговых программ.

Деятельность слушателя:

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала;
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте

Практическое занятие (Маркетинговые программы: разработка).

Деятельность слушателя:

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

Деятельность преподавателя:

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие (Маркетинговые программы: реализация).

Деятельность слушателя:

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

Деятельность преподавателя:

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие (Маркетинговые программы: реализация).

Деятельность слушателя:

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями
- размещение работы в указанных папках;

- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

Деятельность преподавателя:

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Модуль 3. PR режиссура и другие современные техники и форматы работы связей с общественностью.

Тема 3.1. Современные техники и форматы работы связей с общественностью.

Лекция: Система маркетинговых коммуникаций в организации. Управление маркетинговой деятельностью.

Деятельность слушателя:

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала.
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте.

Лекция: Система маркетинговых коммуникаций в организации. Управление маркетинговой деятельностью.

Деятельность слушателя:

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала.
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте.

Практическое занятие (Маркетинговые коммуникации).

Деятельность слушателя:

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

Деятельность преподавателя:

обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие (PR режиссура и другие современные техники и форматы работы связей с общественностью).

Деятельность слушателя:

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

Деятельность преподавателя:

обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие (PR режиссура и другие современные техники и форматы работы связей с общественностью).

Деятельность слушателя:

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

Деятельность преподавателя:

обратная связь по результатам проверки практической работы.

Модуль 4. Digital-коммуникации при проведении PR кампаний.

Тема 4.1. Digital-коммуникации. Методы и формы проведения PR кампаний

Лекция: Digital-коммуникации.

Деятельность слушателя:

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала.
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте.

Лекция: Информационно-коммуникационные технологии и средства связи для поиска клиентов. Проведение продаж.

Деятельность слушателя:

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала.
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте.

Лекция: Информационно-коммуникационные технологии и средства связи для поиска клиентов. Проведение продаж.

Деятельность слушателя:

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала.
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте.

Практическое занятие (Digital-коммуникации).

Деятельность слушателя:

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями по использованию инструментов редактора:
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

Деятельность преподавателя:

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие (Digital-коммуникации).

Деятельность слушателя:

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями по использованию инструментов редактора:
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

Деятельность преподавателя:

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие (информационное сопровождение).

Деятельность слушателя:

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями по использованию инструментов редактора:
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

Деятельность преподавателя:

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Модуль 5. Оценка эффективности проведения рекламных и PR кампаний

Тема 5.1. Методы оценки эффективных рекламных кампаний.

Лекция: Продажи, их виды и особенности. Методы продаж.

Деятельность слушателя:

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;

- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала.

- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте.

Лекция: Методы оценки эффективных рекламных кампаний..

Деятельность слушателя:

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;

- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала.

- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте.

Лекция: Методы оценки эффективных рекламных кампаний..

Деятельность слушателя:

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;

- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала.

- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте.

Практическое занятие (методы эффективных продаж).

Деятельность слушателя:

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями по использованию инструментов редактора:

- размещение работы в указанных папках;

- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

Деятельность преподавателя:

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие (Методы оценки эффективных рекламных кампаний.).

Деятельность слушателя:

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями по использованию инструментов редактора:

- размещение работы в указанных папках;

- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

Деятельность преподавателя:

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие (Методы оценки эффективных рекламных кампаний.).

Деятельность слушателя:

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями по использованию инструментов редактора:

- размещение работы в указанных папках;

- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

Деятельность преподавателя:

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Промежуточная аттестация. Экзамен по модулю. Выполнение практической работы.

3.4. Календарный учебный график (порядок освоения модулей)

Период обучения (недели)*	Наименование модуля
1 неделя	Модуль 1. Специфика работы в области рекламы и связей с общественностью в современном обществе
2 неделя	Модуль 1. Специфика работы в области рекламы и связей с общественностью в современном обществе
3 неделя	Модуль 2. Планирование и проведение рекламных кампаний

4 неделя	Модуль 2. Планирование и проведение рекламных кампаний
5 неделя	Модуль 3. PR режиссура и другие современные техники и форматы работы связей с общественностью.
6 неделя	Модуль 3. PR режиссура и другие современные техники и форматы работы связей с общественностью.
7 неделя	Модуль 4. Digital-коммуникации при проведении PR кампаний
8 неделя	Модуль 4. Digital-коммуникации при проведении PR кампаний
9 неделя	Модуль 5. Оценка эффективности проведения рекламных и PR кампаний
Самостоятельная работа	130 ч.
	итоговая аттестация
*-Точный порядок реализации модулей (дисциплин) обучения определяется в расписании занятий.	

4. Организационно-педагогические условия реализации программы

4.1. Материально-технические условия реализации программы

Материально-техническое оснащение рабочих мест преподавателя программы и слушателя программы отражено в Приложении 1 к программе.

4.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

- техническое описание компетенции;
- комплект оценочной документации по компетенции;
- печатные раздаточные материалы для слушателей;
- учебные пособия, изданных по отдельным разделам программы;
- профильная литература;
- отраслевые и другие нормативные документы;
- электронные ресурсы: ресурсы мультимедиа (онлайн курсов), периодики, тестов на платформе PROФобразование (электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО «PROФобразование» <https://profspo.ru/>).

Перечень используемых учебных изданий, интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

– Мазилкина, Е. И. Маркетинг : учебное пособие для СПО / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Профобразование, 2020. — 232 с. — ISBN 978-5-4488-0726-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/88760> (дата обращения: 21.02.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

– Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/95594> (дата обращения: 21.02.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

– Захарова, И. В. Маркетинг : учебное пособие для СПО / И. В. Захарова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 152 с. — ISBN 978-5-4488-0383-3, 978-5-4497-0221-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/86471> (дата обращения: 21.02.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

– Зюзина, Н. Н. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие / Н. Н. Зюзина. — Липецк : Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2019. — 77 с. — ISBN 978-5-88247-925-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/88795> (дата обращения: 21.02.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

– Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/>

4.3. Кадровые условия реализации программы

Количество ППС (физических лиц), привлеченных для реализации программы – 1 чел.

К отдельным темам и занятиям по программе могут быть привлечены дополнительные преподаватели.

Данные ППС, привлеченных для реализации программы

№ п/п	ФИО	Должность, наименование организации
1.	Тихомолова Анна Владимировна	преподаватель маркетинга в ФГБОУ ВО «Саратовский государственный университет генетики, биотехнологии и инженерии имени Н.И. Вавилова»

4.4. Организация образовательного процесса

При реализации программы используются лекционные и практические занятия с применением дистанционных образовательных технологий.

Реализация программы осуществляется в синхронном формате (слушатели взаимодействуют друг с другом и с преподавателем в реальном времени): онлайн-вебинары.

Онлайн-вебинары проводятся с помощью облачной платформы для проведения онлайн видеоконференций и вебинаров.

Обучение проходит на Электронном ресурсе цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru>, где размещены учебные материалы, задания, инструкции к обучению, ссылки на информационные источники и интернет-ресурсы.

5. Оценка качества освоения программы

Итоговая аттестация проводится в форме экзамена – выполнение итоговой практической работы.

Для итоговой аттестации используются разработанные преподавателями практические задания по компетенции. Баллы за выполнение заданий итоговой практической работы выставляются в соответствии с критериями оценивания. Перевод баллов в оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» осуществляется в соответствии с таблицей:

Оценка	«2»	«3»	«4»	«5»
Количество набранных баллов в рамках ДЭ	0-7,99	8-15,99	16-27,99	28-50

6. Составители программы

Частное профессиональное образовательное учреждение «Саратовский колледж инновационных профессий».