

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Тарасенко Лидия Александровна  
Должность: Директор  
Дата подписания: 17.10.2023 12:17:51  
Уникальный программный ключ:  
974f72a491e038b88b570e47561d03071e01e

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖИ  
РЕСПУБЛИКИ КРЫМ  
АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
«ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ»  
«ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»**

Рассмотрено и одобрено  
на заседании педагогического совета  
Протокол № 15  
От « 31 » 08 20 24 г.

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор АНО «ПОО» «ФЭК»

Л.А. Тарасенко



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
«ПМ.04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ  
РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»**

По специальности:  
42.02.01 «Реклама»

Симферополь  
2021 г.

Рабочая программа профессионального модуля 04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта» разработана на основе Федерального государственного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерством образования и науки РФ от «12» мая 2014 года № 510.

**Организация-разработчик:** Автономная некоммерческая организация «Профессиональная образовательная организация» «Финансово-экономический колледж»

**Разработчик:**

ДЗИНА Наталья Николаевна – преподаватель АНО «ПОО» «ФЭК»

**Одобрено работодателем:**

ООО «МОНИТОР»

Зам. директора ООО «МОНИТОР»

 / С.В. Руснак



**СОГЛАСОВАНО:**

Зам. директора по УМР

 Н.Ю. Данченко

## СОДЕРЖАНИЕ

	СТР.
<b>1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>4</b>
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>6</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>16</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>17</b>

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ «ПМ.04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

## 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации «12» мая 2014 года № 510.

## 1.2. Место профессионального модуля в структуре основной профессиональной образовательной программы

Профессиональный модуль ПМ.04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА входит в профессиональный цикл ФГОС по специальности СПО 42.02.01 «Реклама».

## 1.3. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля ПМ.04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА обучающийся должен освоить вид профессиональной деятельности организацию и управление процессом изготовления рекламного продукта и соответствующие ему общие и профессиональные компетенции:

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
ПК 4.1.	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
ПК 4.2.	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
ПК 4.3.	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.
--------	---

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

**иметь практический опыт:**

- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- контролирования соответствия рекламного продукта требованиям рекламодателя;
- взаимодействие с субъектами рекламной деятельности;
- подготовка документации для регистрации авторского права;

**уметь:**

- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;
- работать с рекламой в средствах массовой информации;
- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиками;
- проводить презентацию рекламного продукта;
- подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

**знать:**

- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
- основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики;
- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
- основные законы и нормативные аспекты, регламентирующие рекламную деятельность в РФ;
- аспекты планирования рекламы;
- этапы принятия и реализации управленческих решений;
- классификации целей менеджмента.

**1.4. Количество часов на освоение программы профессионального модуля: 154 часа, в том числе:**

максимальной учебной нагрузки обучающегося – **154** часа, включая:  
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **100** часов;  
 самостоятельной работы обучающегося – **54** часа;

практики:

учебная практика (концентрированная) (по профилю специальности) – **1** неделя;

производственной практики (концентрированная) (по профилю специальности) – **3** недели.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 2.1. Структура профессионального модуля ПМ. 04 «ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования элементов профессионального модуля	Объем образов. программы, час.	Объем профессионального модуля, час.						Самост. работа <sup>1</sup>	Промежуточная аттестация
			Обучение по МДК				Практики			
			Всего ауд., часов	Лекц.	Лаб.и практ.	Семин.	Учеб.	Производ.		
ОК 1-11; ПК 4.1-4.3	МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	154	154	12	78	10	1 нед.	3 нед.	54	-
ОК 1-11; ПК 4.1-4.3	ПП 04.01 Учебная практика(концентрированная) (по профилю специальности)	1 нед.					1 нед.	-		
	ПП 04.01 Производственная практика(концентрированная) (по профилю специальности)	3 нед.					-	3 нед.		
	Экзамен по модулю									
	<b>Всего:</b>	<b>154</b>	<b>154</b>	<b>12</b>	<b>78</b>	<b>10</b>	<b>36</b>	<b>108</b>	<b>54</b>	<b>-</b>

<sup>1</sup>Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией с соответствии с требованиями ФГОС СПО в пределах объема профессионального модуля в количестве часов, необходимом для выполнения заданий самостоятельной работы обучающихся

**2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля ПМ. 04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»**

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
<b>ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</b>			
<b>МДК 04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности</b>			
<b>Раздел 1. Менеджмент: понятия и функции</b>			
<b>Тема 1.1. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ МЕНЕДЖМЕНТА И ИСТОРИЯ ЕГО РАЗВИТИЯ</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> 1. История возникновения и развития науки. 2. Задачи, цели, принципы и функции менеджмента. 3. Особенности развития российского менеджмента.	1	1
	<b>Практические занятия:</b> <i>Контрольные вопросы:</i> зарождение менеджмента, возникновение управленческой мысли, понятие управления, его предмет и содержание	6	1
	<b>Семинарские занятия:</b> <i>Возникновение и развитие школы научного менеджмента».</i> <i>Сравнительный анализ «памятки-правил» А.Гастева и «Правил экономии движения» Ф. Джилбретта</i>	1	1
<b>Тема 1.2. СУЩНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ И ЕЕ СТРУКТУРА</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> 1. Сущность понятия организации. 2. Характеристика основных видов структур управления. 3. Виды организаций.	1	1
	<b>Практические занятие:</b> <i>Контрольные вопросы:</i> определение основных направлений менеджмента, составление структур управления предприятием.	7	2
	<b>Семинарские занятия:</b> <i>Составить опорный конспект на тему:</i> <i>Внутренняя среда рекламной организации,</i> <i>Основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики.</i>	1	2

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
	<i>«Плюсы» и «минусы» рыночной экономики.</i>		
<b>Тема 1.3. ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ФУНКЦИЯ МЕНЕДЖМЕНТА</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> 1. Определение функции планирования как функции менеджмента. 2. Глубина планирования, виды планов. 3. Принципы планирования.	1	2
	<b>Практические занятия:</b> <i>Контрольные вопросы:</i> Составить план деятельности рекламной организации на год.	7	2
	<b>Семинарские занятия:</b> <i>Составить план мотивации персонала рекламной организации в период экономического кризиса. Анализ управленческих ситуаций с применением кейс-заданий.</i>	1	2
<b>Тема 1.4. МОТИВАЦИЯ КАК ФУНКЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> 1. Понятие мотивации. Эволюция этого понятия. 2. Содержательные теории мотивации. 3. Процессуальные теории мотивации.	1	2
	<b>Практические занятия:</b> <i>Контрольные вопросы:</i> составление и анализ способов мотивации, закрепление материала тестовыми заданиями, ролевая игра. Решение ситуационных задач на тему «Мотивация персонала рекламного агентства»	7	2
<b>Тема 1.5. ОСНОВНЫЕ СТИЛИ УПРАВЛЕНИЯ И РУКОВОДСТВА</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> 1. Стил ь управления, ориентированный на задачу. 2. Личностно-ориентированный стил ь управления. 3. Авторитарный стил ь управления 4. Понятие лидерства и руководства. 5. Власть, формы власти. 6. Руководитель и подчиненный.	1	1
	<b>Практические занятия:</b> <i>Контрольные вопросы:</i> руководство: власть и лидерство в организации, основные особенности власти закрепление материала тестовыми заданиями, ролевая игра.	7	2



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
	<p>Решить управленческую ситуацию, применяя управленческую решетку.</p> <p><b>Семинарские занятия:</b>  <i>Составить характеристику типа личности современного менеджера рекламного агентства. Примеры авторитарного стиля. Решение управленческих ситуаций путем убеждения как способа проявления лидерства «Лидерство женщин». Анализ качеств, присущих женщинам лидерам.</i></p>	1	2
<b>Тема 1.6. УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ И СТРЕССАМИ</b>	<p><b>Содержание учебного материала:</b>  1. Понятие, причины, виды конфликтов.  2. Стили разрешения конфликтов.  3. Понятие стресса.</p>	1	2
	<p><b>Практические занятия:</b>  <i>Контрольные вопросы:</i> определение сущности, причины и функции конфликтов, подходы к классификации конфликтов, построение стратегии поведения в конфликте, конфликты и способы их предупреждения и разрушения.</p>	6	2
	<p><b>Семинарские занятия:</b>  <i>Решение ситуационных задач на тему «Принятие решений». Решение ситуационных задач на тему «Управление конфликтами». Работа с документами: индивидуальные трудовые споры и порядок их рассмотрения.</i></p>	1	2
<b>Раздел 2. Экономические основы рекламной деятельности</b>			
<b>Тема 2.1. РЕКЛАМА В БИЗНЕСЕ</b>	<p><b>Содержание учебного материала:</b>  1. Роль рекламы в бизнесе.  2. Эффективные виды рекламы для бизнеса.  3. Правовые основы рекламной деятельности.</p>	1	1
	<p><b>Практические занятия:</b>  <i>Контрольные вопросы:</i> определение стратегии рекламной компании рабочей группы, этапов и сроков рекламной компании, правовое регулирование рекламной деятельности.</p>	5	2
	<p><b>Семинарские занятия:</b>  <i>Выбор каждой рабочей группе объекта рекламирования. Определение стратегии рекламной компании рабочей группы.</i></p>	1	2

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
<b>Тема 2.2. УПРАВЛЕНИЕ РЕКЛАМОЙ</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> 1. Система управления рекламой (СУР). 2. Виды интернет-рекламы, которыми управляют СУР. 3. Основные преимущества СУР. 4. Принципы управления интернет-рекламой.	1	1
	<b>Практические занятия:</b> Решение задач по расчету индексов медиапланирования. Работа с рекламой в средствах массовой информации. Разработка товарного знака. Разработка слогана.	7	2
<b>Тема 2.3. ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОЦЕССА</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> 1. Элементы рекламного процесса: рекламодатель, рекламное агентство, потребитель, элементы системы саморегулирования рекламного рынка, СРРИ, рекламное производство, исследовательские организации, правительственные учреждения, конкуренция. 2. Схема рекламного процесса. 3. Функции участников рекламного процесса.	1	2
	<b>Практические занятия:</b> Проведение презентации рекламного продукта. Решение практических задач, направленных на совершенствование навыков медиапланирования. Подготовка медиапланов в рабочих группах.	7	2
	<b>Семинарские занятия:</b> <i>Проведение процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком.            Составление плана и графика деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта.</i>	1	2
<b>Тема 2.4. РЕКЛАМНЫЙ БЮДЖЕТ</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> 1. Общие положения о рекламном бюджете. 2. Методы формирования рекламного бюджета. 3. Планирование и разработка рекламного бюджета.	1	1
	<b>Практические занятия:</b>	7	2

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
	<p><i>Контрольные вопросы:</i> расчёт затрат на производство рекламы, определение размера рекламного бюджета по различным методикам, определить предпочтения в выборе рекламных носителей, а также приоритеты по срокам проведения рекламных компаний.</p> <p>Обзор расценок на услуги рекламных агентств на территории Республики Крым, выполненное задание представить в виде таблицы.</p> <p><b>Семинарские занятия:</b>  <i>Подобрать материалы по бюджетам российских и зарубежных рекламодателей.</i></p>	1	2
<p><b>Тема 2.5. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ</b></p>	<p><b>Содержание учебного материала:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проблема оценки эффективности рекламы.</li> <li>2. Понятие эффективности рекламы и ее составляющие.</li> <li>3. Экономическая эффективность и ее критерии.</li> <li>4. Рентабельность рекламы.</li> <li>5. Оценка эффективности видов и средств (носителей) рекламы.</li> </ol> <p><b>Практические занятия:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Расчёт экономической эффективности рекламы.</li> <li>2. Оценка эффективности видов и средств (носителей) рекламы.</li> <li>3. Оптимизация рекламного бюджета.</li> </ol> <p><b>Семинарские занятия:</b>  <i>Подобрать рекламные материалы, характеризующие наименее и наиболее эффективные рекламные компании.</i></p>	1	2
<p><b>Тема 2.6. ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПРАВА НА РЕЗУЛЬТАТЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СРЕДСТВ ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ В РЕКЛАМЕ</b></p>	<p><b>Содержание учебного материала:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Объекты авторского права в рекламе. Авторы. Ответственность за нарушение авторских прав. Авторский договор. Фрилансеры.</li> <li>2. Оформление и подготовка документов на регистрацию авторских прав. Правила регистрации авторского права. Международная регистрация прав Copyright.</li> <li>3. Возникновение и осуществление исключительных прав на товарный знак.</li> </ol> <p><b>Практические занятия:</b>  <i>Контрольные вопросы:</i> формирование пакета документов, необходимых для регистрации авторских прав на рекламный продукт, обзор стоимости услуг по регистрации авторского права.</p>	1	2
		7	2

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
	<p>Подготовка авторской документации для регистрации авторских прав.  Формирование пакета документов, необходимых для регистрации товарного знака.  Обзор стоимости услуг по регистрации товарного знака.</p> <p><b>Семинарские занятия:</b>  <i>Case studies: Разбор и анализ ситуаций и примеров из реальной практики.</i>  <i>Составить алгоритм процедуры регистрации авторского права.</i></p>	1	2
	<p><b>Самостоятельная работа студента:</b>  Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем  Составление словаря.  Доклады на тему:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. История развития менеджмента в России.</li> <li>2. Менеджмент в Японии, США, Германии.</li> <li>3. Связь менеджмента с другими науками.</li> <li>4. Портрет современного руководителя.</li> <li>5. Организационные структуры по принципу бюрократии.</li> <li>6. Законы организации.</li> <li>7. Организация: ее внутренние и внешние переменные.</li> <li>8. Составление миссии организации.</li> <li>9. Тактическое и стратегическое планирование.</li> <li>10. Индивидуальная и групповая мотивация.</li> <li>11. Ступени мотивации. Мотивация и иерархия потребностей.</li> <li>12. Мотивация работников организации.</li> <li>13. Правила контроля.</li> <li>14. Составление схемы контроля.</li> <li>15. Удельный вес рекламного бизнеса в общей системе предпринимательства.</li> <li>16. Виды и совместимость стилей.</li> <li>17. Власть основанная на принуждении.</li> <li>18. Власть, основанная на вознаграждении.</li> </ol>	54	2

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
	<p>19. Законная власть.</p> <p>20. Лидер и руководитель.</p> <p>21. Типы конфликтных личностей, трудных людей.</p> <p>22. Стратегии преодоления конфликта.</p> <p>23. Наиболее частые причины конфликтов в организации.</p> <p>24. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений.</p> <p>25. Ограничения и критерии принятия решения.</p> <p>26. Мероприятия по формированию повышения качества принимаемых управленческих решений.</p> <p>27. История развития маркетинга.</p> <p>28. История популярных брендов.</p> <p>29. Самые яркие рекламные компании.</p> <p>30. История рекламы в России и за рубежом.</p> <p>31. Составить алгоритм процедуры регистрации товарного знака.</p> <p>32. Отличительные черты международного рекламного менеджмента.</p> <p><i>Собрать данные из СМИ о субъектах рекламного рынка г. Симферополя.</i></p> <p><i>Изучить примеры типовых анкет и методические указания по разработке анкет. Разработать анкету для проведения маркетинговых исследований.</i></p> <p><i>Составить список источников информации для выбора целевой аудитории. Подобрать из СМИ рекламные сообщения.</i></p> <p><i>Проанализировать и определить целевые аудитории для данных рекламных сообщений. Разработать сценарий работы с фокус-группой.</i></p> <p><i>Составить список рекламных слоганов, используемых в рекламных сообщениях и проанализировать их с точки зрения достижения целевой аудитории.</i></p> <p><i>Оформить таблицу «Методы ценообразования: достоинства, недостатки, область применения».</i></p> <p><i>Сравнить и проанализировать прейскуранты цен на изготовление рекламного продукта рекламными агентствами г. Симферополя.</i></p> <p><i>Заполнить таблицу «Сравнительная характеристика элементов маркетинговых коммуникаций:</i></p>		

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
	реклама, паблик рилейшнз, стимулирование сбыта, личные продажи, ярмарки, выставки». <i>Подготовить программу</i> проведения презентации рекламного продукта. <i>Написать пресс-релиз</i> для рассылки в СМИ.		
<b>Итоговая аттестация в форме экзамена</b>			
<b>Учебная практика</b> <b>Виды работ:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализ потребительских свойств рекламируемого товара.</li> <li>2. Анализ состояния рынка.</li> <li>3. Изучить и провести анализ целевой аудитории для вывода на рынок нового товара (по заказу рекламодателя).</li> <li>4. Разработка стратегии и тактики проведения рекламной компании.</li> <li>5. Определить цели и концепцию рекламной компании, виды рекламы.</li> <li>6. Выбор средств рекламы в соответствии с рекламной идеей.</li> <li>7. Составить план творческих работ.</li> <li>8. Составить план использования видов, средств, методов, носителей рекламы.</li> <li>9. Сформировать предварительную смету затрат на изготовление рекламного продукта.</li> <li>10. Составить план-график проведения рекламной компании.</li> <li>11. Разработка и изготовление рекламного продукта (макет).</li> <li>12. Определить эффективность рекламной компании.</li> <li>13. Рассчитать рекламный бюджет данного проекта.</li> <li>14. Подготовить документацию для регистрации авторских прав.</li> <li>15. Сформировать маркетинговый раздел бизнес-плана.</li> <li>16. Подготовить презентацию проекта и защитить его.</li> </ol>		36	
<b>Производственная практика(по профилю специальности)</b> <b>Виды работ:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ознакомиться с учредительными документами предприятия\организации (места прохождения практики),</li> <li>2. Собрать материал об организации, выяснить полное и сокращенное наименование предприятия (организации);</li> <li>3. Изучить организационно-правовую форму собственности; историю создания и развития предприятия; основные направления деятельности; номенклатуру выпускаемой продукции (выполняемых работ, оказываемых услуг);</li> <li>4. Исследовать внутреннюю среду предприятия: ознакомиться с миссией организации, стратегическими и тактическими</li> </ol>		108	

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
	<p>целями деятельности (в том числе в области качества и инноваций);</p> <p>5. Описать и представить организационную структуру в виде схемы, определить число уровней управления, количество структурных подразделений, сформулировать основную цель работы каждого из них;</p> <p>6. Определить тип структуры управления: (линейная, функциональная, линейно - функциональная, матричная, штабная, и т.п.), указать ее достоинства и недостатки;</p> <p>7. Ознакомиться с должностными инструкциями специалистов;</p> <p>8. Исследовать внешнюю среду предприятия: рассмотреть и оценить основные составляющие внешней среды организации;</p> <p>9. Формы организации работы по управлению персоналом организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ознакомиться с уставом организации;</li> <li>- с правилами внутреннего трудового распорядка;</li> <li>- с должностными инструкциями специалистов отдела кадров;</li> <li>- с анкетой при приеме на работу и положением об аттестации и оценке персонала;</li> <li>- с положением об отборе, подборе и найме работников.</li> </ul>		
	<b>Всего:</b>	<b>154</b>	-

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Материально-техническое обеспечение реализации программы

Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета экономики и менеджмента.

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-наглядных пособий по дисциплине.

Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением и мультимедиа проектор.

#### 3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе.

##### 3.1.1. Основные источники

Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект : учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 262 с. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87862.htm>

Матвеева, М. А. Реклама и PR-Интернет: методическое пособие / М. А. Матвеева, В. Н. Молибог. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2018. — 70 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86412.html>

Мальшина, Н. А. Менеджмент: учебное пособие для СПО / Н. А. Мальшина. — 2-е изд. — Саратов: Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 100 с. — 978-5-4486-0354-9, 978-5-4488-0199-0.

##### 3.1.2. Дополнительные источники

1. Елина Е.А. Семиотика рекламы (2-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Елина Е.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 137 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57150.html>.— ЭБС «IPRbooks

2. Менеджмент: кейсы, тренинги, деловые игры: практикум / Т. Ю. Анопоченко, А. М. Григан, А. А. Лысоченко [и др.]. — 4-е изд. — М.: Дашков и К, 2019. — 282 с. — 978-5-394-03361-2.

3. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии: учеб. пособ./ О. Н. Ткаченко; Ред. Л. М. Дмитриева. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 176 с.

4. Портал «О рекламе и маркетинге» [Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.Advertology.ru](http://www.Advertology.ru)

5. «Энциклопедия Рекламных Знаний» [Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.reklamist.com](http://www.reklamist.com)

6. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.iaa.ru/>

7. Интернет-портал «Креативная реклама»[Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.adme.ru](http://www.adme.ru)

8. Большая энциклопедия рекламы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://bigadvenc.ru/>

9. Интернет-портал о маркетинге и рекламе [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.sostav.ru/>



#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК.4.1. Планирует собственную работу в составе коллектива исполнителей.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- составляет планы и графики своей деятельности в коллективе исполнителей по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;</li> <li>- взаимодействует с субъектами рекламной деятельности знает аспекты планирования рекламы.</li> <li>- составляет планы и графики своей деятельности в коллективе исполнителей по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;</li> <li>- взаимодействует с субъектами рекламной деятельности знает аспекты планирования рекламы.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- на практических занятиях при выполнении и защите практических работ, при решении ситуационных задач, при участии в деловых играх, при подготовке рефератов, докладов, при составлении тестов и кроссвордов, при подготовке презентаций;</li> </ul>
ПК.4.2. Осуществляет самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- проводит процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;</li> <li>- проводить презентацию рекламного продукта;</li> <li>- контролирует соответствие рекламной продукции требованиям рекламодателя.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- при выполнении работ на различных этапах учебной/производственной практики при анализе структуры управления и предложений по ее улучшению, при анализе процесса коммуникации, существующего на предприятии разработке предложений по его изменению.</li> </ul>
ПК.4.3. Готовит документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знает порядок регистрации авторских прав;</li> <li>- формирует пакет документов, необходимых для регистрации авторских прав на рекламный продукт.</li> </ul>	

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

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– объяснение социальной значимости профессии специалиста по рекламе;</li> <li>– стремление к освоению профессиональных компетенций, знаний и умений (участие в предметных конкурсах, олимпиадах и др.)</li> </ul>	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения программы профессионального модуля;
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– организация собственной деятельности в соответствии с поставленной целью</li> <li>– определение и выбор способов (технологии) решения задачи в соответствии с заданными условиями и имеющимися ресурсами.</li> </ul>	– активное участие в учебных, образовательных, воспитательных мероприятиях в рамках профессии;
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– определение и выбор способа разрешения проблемы в соответствии с заданными критериями;</li> <li>– проведение анализа ситуации по заданным критериям и определение рисков; – оценивание последствий принятых решений.</li> </ul>	– достижение высоких результатов, стабильность результатов, портфолио достижений;
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– поиск и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</li> </ul>	– выполнение заданий учебной и производственной практики;
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>– корректное использование информационных источников для анализа, оценки и извлечения информационных данных, необходимых для решения профессиональных задач;</li> <li>– владение приёмами работы с компьютером, электронной почтой, Интернетом, активное применение информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.</li> </ul>	– оценка за решение проблемно-ситуационных задач на практических занятиях; <li>– положительные отзывы руководителей производственной практики от предприятий-баз практики;</li> <li>– участие в ролевых (деловых) играх и тренингах;</li> <li>– выполнение рефератов, заданий для самостоятельной работы;</li> <li>– выполнение исследовательской творческой работы.</li>

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	– эффективное взаимодействие и общение с коллегами и руководством; – положительные отзывы с производственной практики.	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	– ответственное отношение к результатам выполнения профессиональных обязанностей членами команды; – проведение самоанализа и коррекции результатов собственной работы.	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	– владение механизмом целеполагания, планирования, организации, анализа, рефлексии, самооценки успешности собственной деятельности и коррекции результатов в области образовательной деятельности; – владение способами физического, духовного и интеллектуального саморазвития, эмоциональной саморегуляции и самоподдержки.	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	– проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности.	
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	- определения порядка организации предпринимательской деятельности в профессиональной области; - точность определения видов ответственности в сфере профессиональной деятельности в соответствии с законодательством РФ.	
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	- аргументированность оценки информации с использованием информационно- коммуникационных технологий; - обоснованность отбора средств решения профессиональных задач с учетом экологических требований; - ясность и правильность изложения информации, собственных мыслей на иностранном языке с использованием несложных речевых оборотов для решения профессиональных задач	