

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ледович Татьяна Сергеевна
Должность: директор
Дата подписания: 04.11.2023 10:52:31
Уникальный программный ключ:
4ceaf51badb079c2851a28524a438e1f



КОЛЛЕДЖ «СОВРЕМЕННАЯ ШКОЛА БИЗНЕСА»
Частное профессиональное образовательное учреждение

355008, г. Ставрополь, пр-т К. Маркса, 7
+7(8652) 28-49-67
+7(8652) 28-03-46
college09@mail.ru www.ecmsb.ru

УТВЕРЖДАЮ

Директор ЧПОУ Колледж
«Современная школа бизнеса»

«23»

мая

2023



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

Специальность
42.02.01 Реклама

Программа подготовки
базовая

Форма обучения
очная

Ставрополь, 2023

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.05.2014 № 509, квалификации специалист по рекламе укрупненной группы специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Организация-разработчик: Частное профессиональное образовательное учреждение Колледж «Современная школа бизнеса».

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта рассмотрена на заседании цикловой комиссии специальных дисциплин
Протокол № 10 от 22 мая 2023 года

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	3
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	14
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	18

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ. 04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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.

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области рекламы при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

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

- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;

- подготовки документации для регистрации авторских прав;

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 заказчиком;
- проводить презентацию рекламного продукта;
- подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

знать:

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

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 156 часов, включая:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 80 часов;
самостоятельной работы обучающегося 40 часов;
производственной практики (по профилю специальности) 36 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ. 04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности Организация работы коллектива исполнителей, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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 особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

**3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ. 04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля *	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов <i>если предусмотрена рассредоточенная практика</i>
			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 4.1–4.3.	МДК.04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	120	80	40	-	40		-	-
ПК 4.1–4.3.	ПП.04 Производственная практика (по профилю специальности)	36						36	
	Всего:	156	80	40	-	40			36

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
МДК. 04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности		120	
Введение	Предмет курса. Место знаний по МДК.04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности в процессе освоения программы подготовки специалистов среднего звена специальности 42.02.01 Реклама.	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
Раздел 1. Экономические основы рекламной деятельности			
Тема 1.1 Основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики.	Содержание учебного материала:		
	1. Условия складирования рыночных отношений. Общая характеристика рыночного механизма. Спрос. Предложение. Равновесная цена. Спрос предприятия. Предложение предприятия. Понятие конкуренции. Виды конкуренции: функциональная, видовая, предметная. Чистая, монополистическая, олигополия, монополия. Сущность рынка и функции рынка. Виды рынков. Необходимость государственного вмешательства в экономику.	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
	Практическое занятие: № 1. Оценка современного рекламного менеджмента	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
	Самостоятельная работа обучающихся: № 1. Подготовка докладов на темы: 1. Рыночная, административная и смешанная экономика. 2. «Плюсы» и «минусы» рыночной экономики.	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
Тема 1.2 Ценовая политика	Содержание учебного материала:		

рекламной организации	1. Выбор методов ценообразования и ценовой политики. Алгоритм расчета цены продаж на услугу. Методы ценообразования. Система управления доходами гостиницы. Сезонные скидки. Система «директ-костинг». Долгосрочный нижний предел цены. Краткосрочный нижний предел цены. Применение системы «директ-костинг». Особенности ценообразования в рекламной организации.	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
	Практическое занятие: № 2. Оценка эффективности сбытовой политики заказчика	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
Тема 1.3 Экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации: себестоимость, цена, прибыль и рентабельность.	Содержание учебного материала:		
	1. Понятие прибыль. Общая (валовая) прибыль. Основные методы планирования прибыли. Расчет плановой прибыли. Метод мультипликативного эффекта. Рентабельность общая. Фондоотдача. Фондоёмкость. Рентабельность продаж рекламной организации. Рентабельность основного капитала. Рентабельность собственного капитала.	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
	Практическое занятие: № 3. Расчет показателей объема сбыта и размера прибыли	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
	Самостоятельная работа обучающихся: № 2. Составить опорный конспект на тему «Виды и формы кредита»	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
Тема 1.4 Организация оплаты труда.	Содержание учебного материала:		
	1. Основная и дополнительная оплата труда. Тарифные и бестарифные системы оплаты труда. Минимальный размер оплаты труда. Формы заработной платы. Система повременной заработной платы. Системы сдельной заработной платы. Надбавки и доплаты. Бестарифные и смешанные системы. Должностные оклады. Премирование работников. Оплата труда сотрудникам рекламной организации.	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
Тема 1.5 Формирование хозяйственной стратегии рекламной организации.	Содержание учебного материала:		
	1. Сущность, виды и методы планирования. Формирование хозяйственной стратегии. Функциональные стратегии. Товарная стратегия предприятия. План производства и реализации продукции.	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
	Практическое занятие: № 4. Изучение рынка сбыта конкретной продукции.	4	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
	Самостоятельная работа обучающихся: № 3. Составить план хозяйственной стратегии рекламной организации.	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
Раздел 2. Менеджмент рекламной деятельности			

Тема 2.1 Основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации.	Содержание учебного материала:			
	1.	Понятие рекламное право. Важнейшие нормативные акты, регламентирующие отношения в сфере рекламы: Кодекс РФ об административных правонарушениях, гражданский кодекс РФ, ФЗ от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», Закон РФ от 7.02.1992 г. №2300-1 «о защите прав потребителей». ФЗ от 26.07.2006г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции»	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
	Самостоятельная работа обучающихся:			
		№ 4. Изучение нормативных документов: 1. ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы». 2. Постановление Правительства РФ от 30.06.2004 г. №331 «Об утверждении положения о Федеральной антимонопольной службе».	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
Тема 2.2 Сущность и характерные черты современного менеджмента. Аспекты планирования рекламной деятельности	Содержание учебного материала:			
	1.	Понятие и содержание менеджмента. Менеджмент как вид деятельности. Цели, задачи и функции менеджмента. Структура распределения служебных полномочий на предприятии. Группы менеджеров.	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
	2.	Стратегическое (перспективное) планирование. Миссия предприятия. Цели предприятия. Анализ внешней среды. Анализ сильных и слабых сторон. Анализ альтернатив, выбор, реализация и оценка стратегии. Тактическое и текущее планирование. Основные этапы реализации текущих планов.		
	Самостоятельная работа обучающихся:		4	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
№ 5. Выполнение доклада на тему «История развития менеджмента»		4		
Тема 2.3 Структура организации. Внешняя и внутренняя среда организации.	Содержание учебного материала:			
	1.	Внешняя среда и ее элементы. Факторы прямого и косвенного воздействия, их характеристика и взаимосвязь. Подвижность и неопределенность внешней среды. Внутренняя среда, ее основные переменные (цели, задачи, структура, технология и персонал), их характеристика.	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
	Самостоятельная работа обучающихся:			
	№ 7. Составить опорный конспект на тему «Внутренняя среда рекламной организации»		4	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
Тема 2.4	Содержание учебного материала:			

Этапы принятия и реализация управленческих решений. Цели и функции рекламного менеджмента.	1. Управленческое решение. Подходы к классификации управленческих решений. Методы принятия решений. Уровни принятия решений. Этапы принятия управленческих решений в рекламной организации. Цели и задачи рекламного менеджмента. Функции рекламного менеджмента. Методы измерения торговой эффективности рекламы. Анализ и классификация рекламных текстов. Факторы, определяющие наиболее эффективное средство рекламирования.	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
	Практическое занятие: № 5. Моделирование ситуаций в процессе принятия решений	4	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
	Самостоятельная работа обучающихся: № 8. Подготовка рефератов на предложенные темы.	4	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
Тема 2.5 Мотивация персонала рекламной организации.	Содержание учебного материала:		
	1. Понятие и виды мотивации. Механизм мотивации, в основе которого лежат потребности. Теории мотивации.	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
	Практическое занятие: № 6. Способы мотивации персонала	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
	Самостоятельная работа обучающихся: № 9. Составить план мотивации персонала рекламной организации в период экономического кризиса	4	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
Тема 2.6 Руководство: власть и лидерство в организации.	Содержание учебного материала:		
	1. Понятие власть. Источники власти. Виды власти. Методы влияния. Понятие лидерство. Стили руководства. Партнерство.	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
	Практическое занятие: № 7. Исследование методов воздействия на управляемую систему	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
	Самостоятельная работа обучающихся: № 10. Выполнение доклада на тему: «Баланс власти»	4	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
Тема 2.7 Реклама в бизнесе.	Содержание учебного материала:		
	1. Роль рекламы в бизнесе. Принципы рекламы для малого бизнеса. Эффективные виды рекламы для бизнеса.	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
	Самостоятельная работа обучающихся: № 11. Выполнение сообщение на тему: «Удельный вес рекламного бизнеса в общей системе предпринимательства»	4	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
Тема 2.8	Содержание учебного материала:		

Средства распространения рекламы.	1. Все виды прессы (газеты, журналы, еженедельники). Аудиовизуальные средства (телевидение, радио, кино, видео). Прямая рассылка почтой. Наружная реклама. Сопутствующие мероприятия и материалы (выставки, печатная продукция, сувениры). Мероприятия паблик рилейшнз. Система Интернет.	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
	Практическое занятие: № 8. Определение наиболее эффективных средств распространения рекламы	4	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
Тема 2.9 Управление рекламой. Структура взаимоотношений рекламодателя-рекламного агента.	Содержание учебного материала:		
	1. Система управления рекламой (СУР). Виды интернет-рекламы, которыми управляют СУР. Основные преимущества СУР. Принципы управления интернет-рекламой. Структура взаимоотношений рекламодателя и рекламного агентства с позиций организационной теории управления. Критерии оценки качества взаимоотношений рекламодателя и рекламного агентства.	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
	Практическое занятие: № 9. Исследование отношений общественности к рекламе	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
Тема 2.10 Стратегия рекламного менеджмента. Организация рекламного процесса.	Содержание учебного материала:		
	1. Понятия «стратегия», «политика», «тактика». Стратегический менеджмент в рекламе. Особенности стратегии в рекламном бизнесе. Основные общепринятые правила управления рекламой.	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
	2. Элементы рекламного процесса: рекламодатель, рекламное агентство, потребитель, элементы системы саморегулирования рекламного рынка, СРРИ, рекламное производство, исследовательские организации, правительственные учреждения, конкуренция. Схема рекламного процесса. Функции участников рекламного процесса.		
	Практическое занятие: № 10. Формирование рекомендаций по совершенствованию деятельности менеджера	4	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
	Практическое занятие: № 11. Методы определения объекта рекламы	4	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
Тема 2.11 Рекламодатель как центральное звено рекламной деятельности.	Содержание учебного материала:		
	1. Рекламодатель как субъект рекламной деятельности. Организация фирмы-рекламодателя. Формирование рекламного бюджета. Эффективность рекламы для фирмы – рекламодателя.	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
Тема 2.12 Основные понятия брендинга.	Содержание учебного материала:		

Миссия фирмы. Управление брендом.	1. Концепция брендинга: сущность и основные понятия. Бренд товара. Бренд услуги. Бренд персоналии. Бренды организации. Бренды мероприятия (концерта, соревнований). Национальные бренды (страны, города, курорта). Глобальные бренды. Частные бренды. Зонтичный бренд. Миссия рекламной фирмы. Управление брендом.	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
	Практическое занятие: № 12. Определение особенностей рекламирования выбранного объекта	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
Тема 2.13 Сущность и основные элементы корпоративной культуры. Этапы формирования.	Содержание учебного материала:		
	1. Понятие «корпоративный дух», «корпоративная культура», «корпоративная этика». Виды и типы корпоративных культур. Этапы формирования корпоративной культуры.	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
	Практическое занятие: № 13. Исследование корпоративной культуры организаций в сфере рекламы	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
	Практическое занятие: № 14. Методики формирования корпоративной культуры	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
Тема 2.14 Отличительные черты международного рекламного менеджмента.	Содержание учебного материала:		
	1. Назначение международного рекламного менеджмента. Цели задачи и эффективность международной рекламы. Особенности и содержание проведения международной рекламной компании.	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
	Практическое занятие: № 15. Анализ управления рекламными кампаниями в условиях перехода к рыночным отношениям в современной России	2	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
	Самостоятельная работа обучающихся: № 12. Подготовка к экзамену квалификационному. Работа с литературой.	4	ОК 1-11, ПК 4.1-4.3
Всего по МДК.04.01.		120	
Производственная практика (по профилю специальности)			
Виды работ Вводный инструктаж Постановка целей и задач практики. Определение сроков и места прохождения практики. Инструктаж по ведению дневника практики, оформлению отчета по практике.		36	
Ознакомиться с организацией работы, структурой и деятельностью структурных подразделений организации по месту прохождения практики, правилами внутреннего трудового распорядка, правилами и нормами охраны труда. Исследование ценовой политики производителей рекламного продукта, средств массовой информации и др.			

<p>Составление личного плана работы специалиста по рекламе на основе тайм-менеджмента.</p> <p>Сбор информации для презентации коммерческого предложения. Разработка сценария и проведение презентации коммерческого предложения.</p> <p>Разработка плана-графика технического исполнения рекламного продукта.</p> <p>Планирование разработки и технического исполнения рекламного проекта.</p> <p>Составление финансовой и договорной документации по разработке, изготовлению и размещению рекламного продукта.</p> <p>Согласование макета рекламного продукта с заказчиком, корректировка и устранение недостатков.</p> <p>Контролирование соответствия рекламного продукта требованиям рекламодателя.</p> <p>Установление взаимодействия с субъектами рекламной деятельности.</p> <p>Составление договора авторского права.</p> <p>Подготовка и оформление документации для регистрации авторских прав.</p> <p>Защита отчета по производственной практике (по профилю специальности).</p>		
<p>Индивидуальные задания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ потребительских свойств рекламируемого товара 2. Анализ состояния рынка 3. Изучить и провести анализ целевой аудитории для вывода на рынок нового товара (по заказу рекламодателя) 4. Разработка стратегии и тактики проведения рекламной кампании 5. Определить цели и концепцию рекламной кампании, виды рекламы 6. Выбор средств рекламы в соответствии с рекламной идеей 7. Составить план творческих работ 8. Составить план использования видов, средств, методов, носителей рекламы 9. Сформировать предварительную смету затрат на изготовление рекламного продукта 10. Составить план-график проведения рекламной кампании 11. Разработка и изготовление рекламного продукта (макет) 12. Определить эффективность рекламной кампании 13. Рассчитать рекламный бюджет данного проекта 14. Подготовить документацию для регистрации авторских прав 15. Сформировать маркетинговый раздел бизнес-плана. Подготовить презентацию проекта и защитить его. 		
	Всего по ПМ.04	156
Экзамен квалификационный		

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).

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ 04. ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета экономики и менеджмента.

Оборудование учебного кабинета :

- посадочными местами по количеству обучающихся;
- рабочим местом преподавателя;
- учебной доской;
- комплектом учебно-методической документации;
- наглядными пособиями (плакаты, схемы, таблицы);
- техническими средствами обучения: ноутбуком, средствами аудиовизуализации, мультимедийным проектором;

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику.

Технические средства обучения:

- компьютеры,
- принтер,
- сканер,
- проектор,
- программное обеспечение общего назначения,
- комплект учебно-методической документации.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы:

Основные источники:

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511792>

2. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. —

(Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511938>

Дополнительные источники:

1. Зельдович, Б. З. Менеджмент в медиаиндустрии : учебник для среднего профессионального образования / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 293 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12565-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518425>

2. Иванова, И. А. Менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7906-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513145>

3. Семенова, Л. М. Управление персоналом. Имиджбилдинг на рынке труда : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 243 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14393-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520138>

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Освоение обучающимися профессионального модуля должно проходить в условиях созданной образовательной среды как в учебном заведении, так и в организациях соответствующих профилю специальности **42.02.01 Реклама**.

Изучение таких общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей как: ОП.04. Экономика организации, ОП.05. Безопасность жизнедеятельности, ОП.06. Основы композиции, ОП.07. Режиссура и сценарное мастерство, ОП.08. Психология делового общения, ОП.09. Информационные технологии в профессиональной деятельности, ОП.10. Основы рекламной деятельности, ОП.11 История рекламы, ОП.12. Сферы применения рекламы, ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции, ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта, ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих в части соответствия их авторскому образцу должно предшествовать освоению данного модуля или изучается параллельно.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля Организация работы коллектива исполнителей и специализации 42.02.01 Реклама. Опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой.

Инженерно-педагогический состав: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов. Опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) ПМ 04. ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ КОЛЛЕКТИВА ИСПОЛНИТЕЛЕЙ

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК.4.1. Планирует собственную работу в составе коллектива исполнителей	<ul style="list-style-type: none"> – составление планов и графиков своей деятельности в коллективе исполнителей по разработке и техническому исполнению рекламного продукта – взаимодействие с субъектами рекламной деятельности – знание аспектов планирования рекламы. 	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - на практических занятиях (при выполнении и защите практических работ), при решении ситуационных задач и практических упражнениях; при участии в деловых играх, при подготовке и участии в семинарах, при выполнении самостоятельной работы; - при выполнении работ на различных этапах производственной практики.
ПК.4.2. Осуществляет самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее	<ul style="list-style-type: none"> – проведение процедур согласования макетов рекламного продукта с заказчиком – проведение презентаций рекламного продукта – контроль соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя 	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - на практических занятиях (при выполнении и защите практических работ), при решении ситуационных задач и практических упражнениях; при участии в деловых играх, при подготовке и участии в семинарах, при выполнении самостоятельной работы;

		- при выполнении работ на различных этапах производственной практики.
ПК.4.3. Готовит документы для регистрации авторского права на рекламный продукт	– знание порядка регистрации авторских прав – формирование пакета документов, необходимых для регистрации авторских прав на рекламный продукт	Наблюдение и оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы: - на практических занятиях (при выполнении и защите практических работ), при решении ситуационных задач и практических упражнениях; при участии в деловых играх, при подготовке и участии в семинарах, при выполнении самостоятельной работы; - при выполнении работ на различных этапах производственной практики.

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.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- участие в работе научно-студенческих обществ; - выступления на научно-практических конференциях; - участие во внеурочной деятельности связанной с будущей профессией; - наличие положительных отзывов по итогам практик	Наблюдение и оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Экспертная оценка в ходе выполнения исследовательской и проектной работы обучающегося.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	- выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач, оценка их эффективности и качества; - своевременность выполнения и сдачи практических заданий и самостоятельных работ.	Тестирование. Собеседование. Различные формы творческих работ. Доклады, сообщения. Ситуационные задачи и практические упражнения.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- анализ профессиональных ситуаций; - обоснованность выбора решения в стандартных и нестандартных ситуациях	
ОК 4. Осуществлять	- оперативность поиска и	

<p>поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p>	<p>результативность использования информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;</p> <ul style="list-style-type: none"> - использование различных источников, включая электронные, при изучении теоретического материала и прохождении различных этапов производственной практики 	
<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности</p>	<ul style="list-style-type: none"> - обоснованность выбора информационно-коммуникационных технологий (или их элементов) для совершенствования профессиональной деятельности; - рациональность и результативность использования информационно-коммуникационных технологий при решении профессиональных задач 	
<p>ОК 6. Работать в коллективе, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями</p>	<ul style="list-style-type: none"> - взаимодействие с обучающимися при проведении деловых игр, выполнении коллективных заданий (проектов); с преподавателями, мастерами в ходе обучения; с потребителями и коллегами в ходе обучения; с потребителями и коллегами в ходе производственной практики; - четкое выполнение обязанностей при работе в команде; - соблюдение норм профессиональной этики при работе в команде 	
<p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения задания</p>	<ul style="list-style-type: none"> - самоанализ и коррекция результатов собственной деятельности при выполнении коллективных заданий (проектов); - ответственность за результат выполнения заданий 	
<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации</p>	<ul style="list-style-type: none"> - планирование и качественное выполнение заданий для самостоятельной работы при изучении теоретического материала и прохождении различных этапов учебной и производственной практик; - определение этапов и содержания работы по реализации самообразования 	
<p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой</p>	<ul style="list-style-type: none"> - адаптация к изменяющимся условиям профессиональной деятельности; - проявление профессиональной 	

<p>смены технологий в профессиональной деятельности</p>	<p>маневренности при прохождении различных этапов производственной практики;</p> <ul style="list-style-type: none"> - использование новых технологий или элементов инновационных технологий при организации учебного процесса; - обоснованность выбора и оптимальность состава источников для решения новых задач; - достижение поставленных целей и задач; - аргументированность преимуществ применения новой технологии или ее элементов. 	
<p>ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация готовности принимать решения в условиях изменяющихся рыночных отношений, усиливающейся конкуренции и нести за них ответственность 	
<p>ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - имеет представление об экологической, информационной и коммуникативной культуре в рекламной деятельности; - владеет межкультурной коммуникацией. 	