

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ»

Факультет среднего профессионального образования



УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета СПО, к.э.н.  
*Чернова* Н.А. Чернова  
«22» июня 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного  
продукта»**

для специальности среднего профессионального образования

**42.02.01 «Реклама»**

<u>Максимальная нагрузка по профессиональному модулю,</u>	288
<u>часов</u>	
Аудиторные занятия, часов	144
в т.ч. лабораторно-практические занятия, часов	20
Самостоятельная работа, часов	72
Практика, часов	72
в т.ч. производственная практика, часов	72

Санкт-Петербург 2022

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе  
ФГОС по специальности среднего профессионального образования

42.02.01

код

Реклама

наименование специальности(ей)

РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

Цикловой комиссией экономических

дисциплин и рекламы

Протокол № 10 от 14.06.2022 г.

Председатель: Лачугина М.М. /Лачугина М.М./

РЕКОМЕНДОВАНА

Методическим

советом факультета СПО

Протокол № 8 от 15.06.2022 г.

Председатель: Шелешнева С.М. /Шелешнева С.М./

Разработчики:

Студеновская О.В., преподаватель высшей квалификационной категории

Лачугина М.М., преподаватель высшей квалификационной категории, к.э.н.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	13
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	15

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

## 1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является составной частью программно-методического сопровождения образовательной программы (ОП) среднего профессионального образования (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 профессиональных образовательных организациях при реализации программ подготовки специалистов среднего звена, повышения квалификации и переподготовки рабочих кадров и специалистов среднего звена по направлению 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело», а также в профессиональной подготовке при освоении должности служащего 20032 Агент рекламный в рамках специальности СПО 42.02.01 «Реклама».

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

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

**иметь практический опыт:**

- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- 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:**

всего – 288 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 216 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 144 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 72 часа;

производственной практики – 72 часа.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности **Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта**, 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 основам предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

### 3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования междисциплинарного курса профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов	
			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 - ПК 4.3.	МДК 04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	216	144	20	-	72	-	-		
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	72								72
	<b>Всего:</b>	<b>288</b>	<b>144</b>	20	-	72	-	-	<b>72</b>	

### 3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	
<b>МДК.04.01</b>	<b>Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности</b>	
<b>Раздел 1.</b>	<b>Менеджмент</b>	<b>60</b>
<b>Тема 1. Основы менеджмента</b>	<p><b>Содержание:</b>  <b>Сущность и характерные черты современного менеджмента.</b>            - история развития менеджмента;            - основные этапы формирования менеджмента;            - школа научного управления;            - административная школа менеджмента;            - «неоклассическая» школа управления;            - характерные черты разных школ;            - современные подходы в менеджменте;            - характерные черты современного менеджмента;            - зарубежные модели менеджмента;            - японская, американская, европейская, российская модель менеджмента.</p> <p><b>Самостоятельная работа:</b>            – Проанализируйте современную модель российского менеджмента</p> <p><b>Внутренняя и внешняя среда организации.</b>  <b>Содержание:</b>            - объект управления – организация (понятие, признаки);            - виды организаций;            - среда организации;            - внутренняя среда, ее основные внутренние переменные (цели, задачи, структура, технологии, персонал, оборудование, запасы);            - внешняя среда и ее элементы;            - факторы прямого и косвенного воздействия, их характеристика и взаимосвязь;            - свойства среды;            - принципы управления (понятие и характеристика).</p> <p><b>Функции менеджмента.</b>  <b>Содержание учебного материала:</b>            - цикл менеджмента (понятие цикла менеджмента, содержание);            - функции менеджмента (понятие, классификация);            - общие функции (планирование, организация, мотивация, контроль);            - функция планирования;            - роль планирования в организации;</p>	<p>4</p> <p>4</p> <p>2</p> <p>12</p>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- виды планов (долгосрочные, стратегические, среднесрочные, краткосрочные, тактические, оперативные);</li> <li>- стадии планирования;</li> <li>- дерево целей (содержание и правила составления);</li> <li>- функция организации;</li> <li>- организационные структуры управления (понятия, требования, предъявляемые к ним, принципы построения);</li> <li>- горизонтальное и вертикальное разделение труда;</li> <li>- типы структур управления (линейная, функциональная, линейно-штабная, линейно-функциональная), их преимущества и недостатки;</li> <li>- функция мотивации;</li> <li>- сущность понятий (мотивация, стимулирование);</li> <li>- задачи мотивации;</li> <li>- теории мотивации (содержательные А.Маслоу, Мак Клеlland, Ф.Герцберга) и процессуальные (теория ожидания В.Врума, теория справедливости, теория Портера-Лаулера);</li> <li>- формы мотивации;</li> <li>- функции контроля;</li> </ul> <p>сущность и назначение контроля;          виды контроля и этапы контроля;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организация и проведение контроля.</li> </ul>	
	<p><b>Практические занятия:</b>          Планирование деятельности. Построение дерева целей и составление плана.          «Диагностики степени удовлетворенности основных потребностей»</p>	4
	<p><b>Самостоятельная работа:</b>          – Проанализируйте факторы мотивации трудовой специалиста по рекламе</p>	2
	<p><b>Практические занятия:</b>          Разработка рационального управленческого решения</p>	2
	<p><b>Самостоятельная работа:</b>          Проанализируйте управленческие решения конкретной фирмы.</p>	4
	<p><b>Власть и партнерство</b>  <b>Содержание учебного материала:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- власть и влияние (понятия);</li> <li>- виды власти (основанная на принуждении, вознаграждении, эталонная, экспертная, законная);</li> <li>- лидерство (понятие, подходы к нему);</li> <li>- стили управления (авторитарный, либеральный, демократический);</li> <li>- решетка менеджмента</li> <li>- коллектив: этапы формирования и специфика функционирования</li> </ul>	6
	<p><b>Практические занятия:</b>          Семинар «Лидерство»</p>	2
	<p><b>Самостоятельная работа:</b>          Привести примеры известных лидеров</p>	2
	<p><b>Управление конфликтами и стрессами.</b>  <b>Содержание учебного материала:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- конфликты в организации (понятие, природа, последствия);</li> </ul>	4

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- виды и причины конфликтов;</li> <li>- правила поведения в конфликте;</li> <li>- способы разрешения конфликтных ситуаций в коллективе (структурные и межличностные);</li> <li>- стресс (понятие, природа и причины возникновения);</li> <li>- виды стресса;</li> <li>- пути предупреждения стрессовых ситуаций и понижение уровня стресса.</li> </ul>	
	<p><b>Практические занятия:</b> Тестирование «Определение стиля поведения в ситуации конфликта по методу Томаса-Килмана» Тестирование «Определение уровня стрессоустойчивости»</p>	2
	<p><b>Самоменеджмент</b> <b>Содержание учебного материала:</b> Профессиональный успех. Карьера. Планирование карьеры</p>	2
	<p><b>Самостоятельная работа:</b> Составить план карьеры</p>	2
<b>Раздел 2.</b>	<b>Организационно-экономические особенности производства рекламного продукта</b>	<b>156</b>
Тема 2.1. Основные законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность (РД) в РФ	<p><b>Содержание учебного материала:</b> ГК РФ о рекламе. ФЗ «О Рекламе» №38-ФЗ. Государственное регулирование и саморегулирование РД. Общественные организации, занимающиеся правовым регулированием РД в России и за рубежом. Другие ФЗ и нормативные акты.</p>	<b>6</b>
	<p><b>Самостоятельная работа обучающихся :</b> Ознакомление с ФЗ «О рекламе» 2006 г. и другими законодательными актами, регламентирующими РД.</p>	4
Тема 2.2. Организация рекламной деятельности фирм	<p><b>Содержание учебного материала:</b> Рекламный процесс, его участники и схема взаимодействия субъектов рекламной деятельности. Система маркетинговых коммуникаций в комплексе маркетинга. Организация РД рекламодателем. Рекламное агентство (РА) его функции и роль в организации РД. Типы рекламных агентств. Организационная структура рекламного агентства и его профессиональный состав. Критерии выбора РА рекламодателем.</p>	<b>10</b>
	<p><b>Практическое занятие №1:</b> Построение схемы взаимодействия сотрудников РА при создании определенного рекламного продукта.</p>	2
	<p><b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Ознакомиться со структурами РА г. С.-Пб и официальными сайтами крупных РА города.</p>	6
Тема 2.3. Основные схемы оплаты услуг РА	<p><b>Содержание учебного материала:</b> Выплата комиссионных. Система гонораров. Почасовая оплата на основе договорных расценок. Комбинированный тип оплаты. Система бонусов и др.</p>	<b>6</b>
Тема 2.4. Документационное обеспечение РД	<p><b>Содержание учебного материала:</b> Договоры и контракты в сфере РД. Договор на оказание рекламных услуг. Брифы, их назначение, структура и виды. Платежные и сопроводительные документы: счет, счет-фактура, платежное поручение, акт сдачи-приемки работ, товарно-транспортная накладная, доверенность, приходный кассовый ордер. Медиалист и медиакарта. Другие документы.</p>	<b>8</b>
	<p><b>Практическое занятие №2:</b> Составление брифа и договора на оказание рекламных услуг .</p>	2
	<p><b>Самостоятельная работа обучающихся :</b></p>	4

	Ознакомиться с различными видами договоров в РД.	
Тема 2.5. Планирование, разработка и техническое исполнение рекламного проекта	<b>Содержание учебного материала:</b> Понятие и специфика рекламного продукта. Понятие и классификация рекламных кампаний. Этапы планирования рекламной кампании. Основные модели проведения рекламных кампаний. Работа с рекламой в СМИ. Медиапланирование как процесс и его основные параметры. Факторы, влияющие на выбор средств распространения рекламы. Планирование и формирование рекламного бюджета. Стадии разработки и технического исполнения рекламных проектов. Проведение процедуры согласования макетов рекламной продукции с заказчиком. Составление планов и графиков деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта.	<b>20</b>
	<b>Практическое занятие №3:</b> Составление плана рекламной кампании (РК) и формирование ее бюджета.	2
	<b>Практическое занятие №4:</b> Составление календарного плана и графика (диаграмма Ганта) производства рекламного продукта.	2
	<b>Практическое занятие №5:</b> Размещение рекламы в СМИ.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Ознакомление с различными вариантами рекламных кампаний. Изучение Интернет-ресурсов по медиапланированию. Изучение методики построения графика Ганта в EXCEL	10
Тема 2.6. Основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики	<b>Содержание учебного материала:</b> Экономическое содержание рекламного рынка и его развитие. Спрос и предложение на рекламном рынке. РД на рынке потребительских товаров, деловых рынках, на рынке услуг, на предприятиях сферы сервиса. Организация PR фирмы.	<b>8</b>
Тема 2.7. Экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации	<b>Содержание учебного материала:</b> Издержки в рекламной деятельности и себестоимость рекламного продукта. Показатели безубыточности. Цены и способы ценообразования в рекламных организациях. Выручка, прибыль и рентабельность в РД. Налогообложение РА. Пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов РА.	<b>12</b>
Тема 2. 8. Контроль и оценка эффективности РД	<b>Содержание учебного материала:</b> Понятие, уровни и виды контроля РД. Тактический и стратегический контроль рекламы. Экономическая эффективность рекламной деятельности. Коммуникативная эффективность РД. Влияние маркетинговых параметров РД на эффективность рекламы. Методы исследования и повышения эффективности рекламы. Претесты и посттесты.	<b>12</b>
	<b>Практическое занятие №6:</b> Составление плана мероприятий для тактического и стратегического контроля РД.	2
Темы 2.1.-2.8.	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Ознакомление с результатами маркетинговых исследований в области рекламы товаров и услуг, проведенными крупнейшими РА.	8
Тема 2.9. Особенности регистрации авторских прав на созданный рекламный продукт	<b>Содержание учебного материала:</b> Подготовка документации для регистрации авторских прав. ФЗ о регистрации авторских прав. Способы регистрации авторских прав.	<b>6</b>
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	6

	Ознакомление с ГК РФ (часть 4) и другими ФЗ, регламентирующими регистрацию авторских прав.	
Тема 2.10. Проведение презентации рекламного продукта	<b>Содержание учебного материала:</b> Понятие презентации. Виды презентаций . Подготовка к проведению презентации. Этапы презентации. Структура презентации. Технические средства для проведения презентаций.	<b>6</b>
	<b>Практическое занятие №7:</b> Подготовка презентации рекламного проекта.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Ознакомление с презентациями рекламных продуктов, проведенными крупнейшими РА.	10
	<b>Производственная практика</b>	<b>72</b>
	1. Составление схемы взаимодействия субъектов рекламной деятельности при производстве рекламной продукции	6
	2. Составление спецификации производственных операций по разработке и техническому исполнению рекламного продукта	6
	3. Составление плана и графика деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта.	6
	4. Проведение контроля рекламной продукции на соответствие требованиям заказчика	6
	5. Проведение процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком	6
	6. Изготовление презентации рекламного продукта для заказчика	6
	5. Работа с рекламой в СМИ.	16
	6. Подготовка документов для регистрации авторских прав.	14
7. Подготовка и защита отчета	6	
	<b>Всего:</b>	<b>288</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)

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета экономики и менеджмента.

Оборудование кабинета в соответствии с Распоряжением декана факультета СПО № 11-СПО-01/21 от 11.01.2021.

Технические средства обучения: комплект мультимедийного оборудования.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику. Производственная практика проводится концентрированно на предприятиях и в организациях по профилю специальности под руководством преподавателей, осуществляющих преподавание профессионального модуля.

### **4.2. Информационное обеспечение обучения**

#### **Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

Основные источники:

- 1 Хвостовицкая, Т. Т. Менеджмент в рекламе : учебное пособие / Т. Т. Хвостовицкая. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 357 с. - ISBN 978-5-9765-2183-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1143353>
- 2 Бацун, Н. В. Менеджмент в рекламе : учеб. пособие / Н.В. Бацун. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2018. — 175 с. — <https://doi.org/10.12737/14194>. - ISBN 978-5-369-00601-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/961744>
- 3 Зельдович, Б. З. Менеджмент в медиаиндустрии : учебник для среднего профессионального образования / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 293 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12565-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/476279>

Дополнительные источники:

- 1 Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2016. — 502 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-5503-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт].

- 2 Васильев, Г.А. Основы рекламы: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям 080100 «Экономика», 080300 «Коммерция», 080500 «Менеджмент» / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 719 с. - ISBN 978-5-238-01059-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028601>
- 3 Мазилкина, Е. И. Основы рекламы : учебное пособие / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина, Л. А. Ольхова. - Москва : Альфа-М : ИНФРА-М, 2019. - 240 с. - (ПРОФИЛЬ). - ISBN 978-5-98281-271-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1009460>
- 4 Основы рекламы: учебник для студентов вузов, обучающихся вузов, обучающихся по специальностям 032401 «Реклама», 080301 «Коммерция (торговое дело)», 080111 «Маркетинг» / Ю.С. Вернадская [и др.] ; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 351 с. — (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01252-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028739>

#### **4.3. Общие требования к организации образовательного процесса**

Освоению данного модуля предшествует изучение дисциплин общего гуманитарного и социально-экономического, математического и естественнонаучного, профессионального циклов, таких как: «Математика», «Информатика», «Экономика организации», «Правовое обеспечение профессиональной деятельности», а также профессиональных модулей ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции», ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта».

#### **4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Обучение по профессиональному модулю обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого междисциплинарного курса, а также имеющими опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

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

<b>Результаты (освоенные профессиональные компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	Правильно определять цели, задачи и составлять график собственной работы в составе коллектива исполнителей	Текущий контроль в форме защиты практических работ; выполнения контрольных работ по темам МДК; тестирования по темам МДК.  Экзамен по МДК
ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	Демонстрировать умения самоорганизации и самоконтроля при разработке рекламной продукции работать в группе, выполняя комплексные проектные задачи по разработке рекламной продукции	Зачет по производственной практике.  Экзамен квалификационный по профессиональному модулю
ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт	Демонстрировать умения работы с документами по регистрации авторского права на рекламный продукт	

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.

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Активность и глубина изучения предмета профессиональной деятельности;</li> <li>– представление о месте роли специалиста по рекламе в профессиональной деятельности;</li> <li>– познавательный интерес к будущей профессиональной</li> </ul>	Показатели текущего и рубежного контроля. Обзор информации о профессии из различных источников. Составление характеристики потреб- ностей рынка труда. Составление резюме.

	<p>деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– текущее проецирование жизненной биографии на профессиональную карьеру.</li> </ul>	
<p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Обоснованность планирования учебной и профессиональной деятельности;</li> <li>– демонстрация организации рабочего места в соответствии с нормативами и требованиями;</li> <li>– соответствие результата эталону (стандартам, образцам, алгоритму, условиям, требованиям или ожидаемому результату).</li> </ul>	<p>Показатели текущего и рубежного контроля Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике</p>
<p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Четкое понимание (формулировка) вероятных последствий принимаемого решения для себя и окружающих;</li> <li>– обоснованность выбора вариантов решения, в том числе в ситуации, не изучавшейся в процессе обучения;</li> <li>– готовность к достижению поставленных целей выбранных с учетом осознаваемых последствий, принятие решения.</li> </ul>	
<p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Полнота охвата информационных источников;</li> <li>– скорость нахождения и достоверность информации;</li> <li>– обоснованность выбора информационных источников для определения способа достижения цели;</li> <li>– достижение цели с минимальными ресурсозатратами и максимальным качеством;</li> <li>– обновляемость и пополняемость знаний, влияющих на результаты учебной и производственной деятельности.</li> </ul>	<p>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике</p>



<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Обоснованность выбора ИКТ с учетом профессиональной специфики;</li> <li>– уменьшение материальных затрат и количества времени, затраченного на достижение цели и исправление допущенных ошибок;</li> <li>– готовность к освоению и применению в учебной и профессиональной деятельности.</li> </ul>	
<p>ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Осознание своей ответственности за результат коллективной, командной деятельности, готовности к сотрудничеству, использованию опыта коллег;</li> <li>– отсутствие негативных отзывы со стороны коллег, руководства, потребителей.</li> </ul>	
<p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Проявление ответственности за работу подчиненных;</li> <li>– проявление ответственности за результат выполнения заданий.</li> </ul>	<p>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике</p>
<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Обоснованность выбора путей и способов повышения личностного и квалификационного уровня</li> </ul>	
<p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности</li> </ul>	
<p>ОК10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Владение основами предпринимательской деятельности в области рекламы;</li> </ul>	<p>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения программы профессионального</p>

деятельности.		модуля. Выполнение рефератов, заданий для самостоятельной работы, исследовательской творческой работы.
ОК 11. Владеть экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	– Стремление овладеть знаниями дисциплин гуманитарного и социально-экономического, математического и естественнонаучного циклов.	