

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.т.н.
С.Л. Поляков
«21» июня 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих,
должностям служащих»

для специальности среднего профессионального образования

42.02.01 «Реклама»

<u>Максимальная нагрузка по профессиональному модулю,</u> <u>часов</u>	198
Аудиторные занятия, часов	96
в т.ч. лабораторно-практические занятия, часов	48
Самостоятельная работа, часов	30
Практика, часов	72
в т.ч. учебная практика, часов	36
в т.ч. производственная практика, часов	36

Санкт-Петербург 2023

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 14.06.2023 г.

Председатель:  /Лачугина М.М./

РЕКОМЕНДОВАНА

Методическим

советом факультета СПО

Протокол № 10 от 14.06.2023 г.

Председатель:  /Шелешнева С.М./

Разработчики:

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

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	10
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	11

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

Рабочая программа профессионального модуля является составной частью программно-методического сопровождения образовательной программы (ОП) среднего профессионального образования (СПО) - программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 «Реклама» в части освоения основного вида деятельности (ВД) **Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих** и соответствующих общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК).

Перечень общих компетенций:

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.

Перечень профессиональных компетенций:

ПК 5.1 Выполнение работ в соответствии с квалификационной характеристикой "Агент рекламный";

ПК 5.2 Ответственность за качество выполненных работ.

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

иметь практический опыт:

- ведения рекламной деятельности в качестве посредника по представлению и продвижению товаров, услуг, коммерческих идей;
- консультирование клиентов, заказчиков по продвигаемому товару, услуге;
- заключение договоров и оформления документов первичной отчетности;
- информирования потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях, рекламных услугах и продукции.

уметь:

- представлять товар с целью стимулирования покупки;
- контактировать и вести переговоры с заказчиками рекламного продукта;
- представлять товар(услуги) в рекламных целях;
- оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.

знать:

- законодательство о рекламе;
- виды рекламных средств и способы рекламирования;
- требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;
- субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;
- факторы и методы воздействия рекламы на человека;
- направления рекламной работы;
- рекламные мероприятия;
- правила делового общения.

1.2. Количество часов, отводимое на освоение программы профессионального модуля

Всего часов – 198, в том числе:

учебные занятия, часов – 96;

самостоятельной работы обучающегося, часов – 30;

учебной и производственной практики, часов – 72.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура 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 5.1., ПК 5.2.	МДК 05.01 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих	162	96	48	*	30	*	36	
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	36							36
	Всего:	198	96	48	*	30	*	36	36

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов																																																						
1	2	3																																																						
МДК 05.01	Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих	-																																																						
Тема 1. Рекламный процесс	<p>Содержание учебного материала:</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="546 400 607 523">1</td> <td data-bbox="607 400 1962 523">Субъекты рекламного процесса и их взаимодействие; содержание рекламной информации виды рекламной деятельности; законодательство о рекламе; объекты рекламной деятельности</td> <td data-bbox="1962 400 2125 523">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="546 523 607 555">2</td> <td data-bbox="607 523 1962 555">Виды рекламных средств и способы распространения рекламы. Рекламные акции</td> <td data-bbox="1962 523 2125 555">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="546 555 607 619">3</td> <td data-bbox="607 555 1962 619">Требования к рекламированию товаров, услуг, установленные законодательством . факторы и методы воздействия рекламы на человека</td> <td data-bbox="1962 555 2125 619">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="546 619 607 651">4</td> <td data-bbox="607 619 1962 651">Организационная структура рекламных организаций</td> <td data-bbox="1962 619 2125 651">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="546 651 607 683">5</td> <td data-bbox="607 651 1962 683">Законодательство о рекламе</td> <td data-bbox="1962 651 2125 683">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="546 683 607 715">6</td> <td data-bbox="607 683 1962 715">Правила обслуживания населения</td> <td data-bbox="1962 683 2125 715">2</td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="546 715 1962 746">Практические занятия:</td> <td data-bbox="1962 715 2125 746">-</td> </tr> <tr> <td data-bbox="546 746 607 778">1</td> <td data-bbox="607 746 1962 778">Изучение структуры рекламных организаций</td> <td data-bbox="1962 746 2125 778">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="546 778 607 810">2</td> <td data-bbox="607 778 1962 810">Изучение форм и содержания печатной рекламы</td> <td data-bbox="1962 778 2125 810">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="546 810 607 842">3</td> <td data-bbox="607 810 1962 842">Изучение форм и содержания наружной рекламы</td> <td data-bbox="1962 810 2125 842">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="546 842 607 874">4</td> <td data-bbox="607 842 1962 874">Изучение форм и содержания интернет-рекламы</td> <td data-bbox="1962 842 2125 874">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="546 874 607 906">5</td> <td data-bbox="607 874 1962 906">Изучение форм и содержания рекламных сообщений</td> <td data-bbox="1962 874 2125 906">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="546 906 607 938">6</td> <td data-bbox="607 906 1962 938">Исследование телевизионной рекламы</td> <td data-bbox="1962 906 2125 938">2</td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="546 938 1962 970">Самостоятельная работа обучающихся:</td> <td data-bbox="1962 938 2125 970">-</td> </tr> <tr> <td data-bbox="546 970 607 1002">1</td> <td data-bbox="607 970 1962 1002">Подготовить информацию о работе рекламных агентств.</td> <td data-bbox="1962 970 2125 1002">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="546 1002 607 1034">2</td> <td data-bbox="607 1002 1962 1034">Подготовить презентацию о печатной рекламе.</td> <td data-bbox="1962 1002 2125 1034">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="546 1034 607 1066">3</td> <td data-bbox="607 1034 1962 1066">Подготовить презентацию о наружной рекламе</td> <td data-bbox="1962 1034 2125 1066">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="546 1066 607 1098">4</td> <td data-bbox="607 1066 1962 1098">Подготовить презентацию об интернет-рекламе</td> <td data-bbox="1962 1066 2125 1098">2</td> </tr> </table>	1	Субъекты рекламного процесса и их взаимодействие; содержание рекламной информации виды рекламной деятельности; законодательство о рекламе; объекты рекламной деятельности	2	2	Виды рекламных средств и способы распространения рекламы. Рекламные акции	2	3	Требования к рекламированию товаров, услуг, установленные законодательством . факторы и методы воздействия рекламы на человека	2	4	Организационная структура рекламных организаций	2	5	Законодательство о рекламе	2	6	Правила обслуживания населения	2	Практические занятия:		-	1	Изучение структуры рекламных организаций	2	2	Изучение форм и содержания печатной рекламы	2	3	Изучение форм и содержания наружной рекламы	2	4	Изучение форм и содержания интернет-рекламы	2	5	Изучение форм и содержания рекламных сообщений	2	6	Исследование телевизионной рекламы	2	Самостоятельная работа обучающихся:		-	1	Подготовить информацию о работе рекламных агентств.	2	2	Подготовить презентацию о печатной рекламе.	2	3	Подготовить презентацию о наружной рекламе	2	4	Подготовить презентацию об интернет-рекламе	2	
1	Субъекты рекламного процесса и их взаимодействие; содержание рекламной информации виды рекламной деятельности; законодательство о рекламе; объекты рекламной деятельности	2																																																						
2	Виды рекламных средств и способы распространения рекламы. Рекламные акции	2																																																						
3	Требования к рекламированию товаров, услуг, установленные законодательством . факторы и методы воздействия рекламы на человека	2																																																						
4	Организационная структура рекламных организаций	2																																																						
5	Законодательство о рекламе	2																																																						
6	Правила обслуживания населения	2																																																						
Практические занятия:		-																																																						
1	Изучение структуры рекламных организаций	2																																																						
2	Изучение форм и содержания печатной рекламы	2																																																						
3	Изучение форм и содержания наружной рекламы	2																																																						
4	Изучение форм и содержания интернет-рекламы	2																																																						
5	Изучение форм и содержания рекламных сообщений	2																																																						
6	Исследование телевизионной рекламы	2																																																						
Самостоятельная работа обучающихся:		-																																																						
1	Подготовить информацию о работе рекламных агентств.	2																																																						
2	Подготовить презентацию о печатной рекламе.	2																																																						
3	Подготовить презентацию о наружной рекламе	2																																																						
4	Подготовить презентацию об интернет-рекламе	2																																																						
Тема 2. Товар(услуга) как объект рекламирования	<p>Содержание учебного материала:</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="546 1134 607 1166">1</td> <td data-bbox="607 1134 1962 1166">Свойства товара</td> <td data-bbox="1962 1134 2125 1166">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="546 1166 607 1198">2</td> <td data-bbox="607 1166 1962 1198">Презентационная характеристика товара</td> <td data-bbox="1962 1166 2125 1198">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="546 1198 607 1230">3</td> <td data-bbox="607 1198 1962 1230">Представление товара с целью стимулирования покупки</td> <td data-bbox="1962 1198 2125 1230">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="546 1230 607 1262">4</td> <td data-bbox="607 1230 1962 1262">Факторы, влияющие на покупку товаров</td> <td data-bbox="1962 1230 2125 1262">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="546 1262 607 1294">5</td> <td data-bbox="607 1262 1962 1294">Маркетинговые коммуникации в местах продажи</td> <td data-bbox="1962 1262 2125 1294">2</td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="546 1294 1962 1326">Практические занятия:</td> <td data-bbox="1962 1294 2125 1326">-</td> </tr> <tr> <td data-bbox="546 1326 607 1358">7</td> <td data-bbox="607 1326 1962 1358">Изучение свойств товаров</td> <td data-bbox="1962 1326 2125 1358">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="546 1358 607 1390">8</td> <td data-bbox="607 1358 1962 1390">Формирование презентационного пакета</td> <td data-bbox="1962 1358 2125 1390">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="546 1390 607 1422">9</td> <td data-bbox="607 1390 1962 1422">Составление рекламного текста</td> <td data-bbox="1962 1390 2125 1422">2</td> </tr> </table>	1	Свойства товара	2	2	Презентационная характеристика товара	2	3	Представление товара с целью стимулирования покупки	2	4	Факторы, влияющие на покупку товаров	2	5	Маркетинговые коммуникации в местах продажи	2	Практические занятия:		-	7	Изучение свойств товаров	2	8	Формирование презентационного пакета	2	9	Составление рекламного текста	2																												
1	Свойства товара	2																																																						
2	Презентационная характеристика товара	2																																																						
3	Представление товара с целью стимулирования покупки	2																																																						
4	Факторы, влияющие на покупку товаров	2																																																						
5	Маркетинговые коммуникации в местах продажи	2																																																						
Практические занятия:		-																																																						
7	Изучение свойств товаров	2																																																						
8	Формирование презентационного пакета	2																																																						
9	Составление рекламного текста	2																																																						

	10	Семинар «Реклама товаров промышленных предприятий»	2
	11	Семинар «Реклама продовольственных товаров»	2
	12	Семинар «Реклама товаров народного потребления»	2
	Самостоятельная работа обучающихся:		-
	1	Подготовить презентационные пакеты по видам товаров	8
Тема 3. Организация рекламной работы	Содержание учебного материала:		-
	1	Методы сбора и подготовки рекламных материалов; способы распространения рекламы; характеристики рекламной продукции; направления рекламной работы.	2
	2	Рекламные мероприятия. Рекламный текст :составление и оформление	2
	3	Факторы и методы воздействия рекламы на человека	2
	4	Представление товара с целью стимулирования покупки	2
	5	Организация рекламы товаров в торговом зале, на выставке, ярмарке Работа в качестве рекламного агента	2
	6	Факторы, влияющие на покупку товаров, выбор и использование различных видов средств распространения рекламы.	2
	Практические занятия:		-
	13	Сбор рекламных материалов	2
	14	Оформление простого рекламного текста	2
	15	Деловая игра «Рекламная выставка»	2
	16	Деловая игра «Реклама товара в торговом зале»	2
	17	Деловая игра «Представление товара»	2
	18	Деловая игра «Организация продажи товаров»	2
	Самостоятельная работа обучающихся:		2
	1	Собрать примеры рекламных текстов	2
	2	Посетить рекламную выставку. Описать представление товаров	2
	3	Посетить торговый зал. Описать представление товаров.	2
	4	Подготовить презентацию рекламных услуг	2
	5	Подготовить презентацию о рекламной продукции	2
Тема 4. Работа с заказчиками	Содержание учебного материала:		
	1	Правила обслуживания населения; приемы и методы делового общения и ведения переговоров; правила делового общения поиск и привлечение клиентов	2
	2	Требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом	2
	3	Организация работ по предоставлению рекламных услуг	2
	4	Организация взаимодействия заказчика с производителем рекламы по вопросам производства и размещения рекламы документационное обеспечение	2
	5	Контакт и ведение переговоров с заказчиками рекламного продукта;	2

		виды рекламных средств и способы рекламирования	
6		Документационное обеспечение рекламной деятельности	2
Практические занятия:			-
19		Правила обслуживания населения. Решение ситуационных задач	2
20		Деловая игра. Работа с рекламируемым товаром.	2
21		Деловая игра. Работа с заказчиком.	2
22		Деловая игра. Привлечение клиентов.	2
23		Оформление заказа	2
24		Оформление договора с заказчиком	2
Самостоятельная работа обучающихся:			-
1		Дать характеристики различным видам потребителей	4
Учебная практика Виды работ Изучение: <ul style="list-style-type: none"> – видов рекламной деятельности; – способов распространения рекламы; – организации продажи или рекламы товара в торговом зале, на выставке, ярмарке и т.п. – условий размещения рекламы в средствах массовой информации; – перечень производственной документации рекламной фирмы; – правила оформления документов, применяемых при разработке и продвижении рекламных услуг. Работы: <ul style="list-style-type: none"> – Анализ свойств товара, составить потребительскую характеристику товара; – Формирование презентационной характеристики товара; – Представление товара в торговом зале, на выставке, ярмарке и т.п.; – Участие в рекламных акциях в качестве исполнителя; – Составление и оформление текстов простых рекламных объявлений; – Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком; – Переговоры с заказчиками; – Информирование потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях, рекламных услугах и продукции – Консультирование клиентов, заказчиков по продвигаемому товару, услуге; – Оформление заказа на предоставление рекламных услуг. – Составление плана производства рекламной продукции. 			36
Производственная практика Виды работ <ol style="list-style-type: none"> 1. Формирование презентации товара(рекламной продукции). 2. Представление товара в торговом зале, на выставке, ярмарке в рекламных целях. 3. Контакт с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта. 4. Участие в рекламных акциях в качестве исполнителя. 5. Составление и оформление простых текстов рекламных объявлений. 6. Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком 			36

7. Информирование потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях, рекламных услугах и продукции	
8. Консультирование клиентов, заказчиков по продвигаемому товару, услуге Переговоры с заказчиками.	
Всего	198

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому оснащению

Реализация программы профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов и лабораторий.

Оборудование в соответствии с Распоряжением декана факультета СПО № 212-68-04/23 от 27.01.2023 г.

Технические средства обучения: комплект мультимедийного оборудования.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Основные источники:

1. Домнин, В. Н. Бренддинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 493 с.

2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 431 с.

3. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 222 с.

4. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 159 с.

5. Фомичев, В. И. Выставочное дело : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. И. Фомичев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 134 с.

Дополнительные источники:

1. Основы дизайна и композиции: современные концепции : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Э. Павловская [и др.] ; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 119 с.

2. Польшинская, Г. А. Информационные системы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. А. Польшинская. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 370 с.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<p>ПК 5.1 Выполнение работ в соответствии с квалификационной характеристикой "Агент рекламный"</p>	<p>Демонстрация навыков ведения переговоров с заказчиком при осуществлении деятельности по поиску и привлечению клиентов, понимая сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявляя к ней устойчивый интерес. Осуществление деятельности по поиску и привлечению клиентов, учитывая социально-психологические основы рекламы, зная факторы и методы воздействия на человека. Осуществление выбора и использование различных видов средств распространения рекламы, используя информационно-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности.</p>	<p>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы Стартовая диагностика подготовки обучающихся; выявление мотивации к изучению нового материала Текущий контроль в форме: - тестирования; - отчетов по практическим занятиям; - фронтального и индивидуального опроса на занятиях; - отчета по проделанной внеаудиторной самостоятельной работе; - тезисов по выбранным темам - творческих работ; - оформления и защиты электронных презентаций Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.</p>
<p>ПК 5.2. Ответственность за качество выполненных работ</p>	<p>Демонстрация умения представлять товар(услуги) организовывая собственную деятельность, выбирая типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивая их эффективность и качество. Проявление ответственности за свои действия в различных ситуациях.</p>	<p>Зачет по учебной практике Зачет по производственной практике Экзамен (квалификационный) по профессиональному модулю.</p>

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.	<ul style="list-style-type: none"> – Активность и глубина изучения предмета профессиональной деятельности; – представление о месте роли специалиста по рекламе в профессиональной деятельности; – познавательный интерес к будущей профессиональной деятельности; – текущее проецирование жизненной биографии на профессиональную карьеру. 	Показатели текущего и рубежного контроля. Обзор информации о профессии из различных источников. Составление характеристики потребностей рынка труда. Составление резюме.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<ul style="list-style-type: none"> – Обоснованность планирования учебной и профессиональной деятельности; – демонстрация организации рабочего места в соответствии с нормативами и требованиями; – соответствие результата эталону (стандартам, образцам, алгоритму, условиям, требованиям или ожидаемому результату). 	Показатели текущего и рубежного контроля Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<ul style="list-style-type: none"> – Четкое понимание (формулировка) вероятных последствий принимаемого решения для себя и окружающих; – обоснованность выбора вариантов решения, в том числе в ситуации, не изучавшейся в процессе обучения; – готовность к достижению поставленных целей выбранных с учетом осознаваемых 	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практике

	последствий, принятие решения.	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	<ul style="list-style-type: none"> – Полнота охвата информационных источников; – скорость нахождения и достоверность информации; – обоснованность выбора информационных источников для определения способа достижения цели; – достижение цели с минимальными ресурсозатратами и максимальным качеством; – обновляемость и пополняемость знаний, влияющих на результаты учебной и производственной деятельности. 	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> – Обоснованность выбора ИКТ с учетом профессиональной специфики; – уменьшение материальных затрат и количества времени, затраченного на достижение цели и исправление допущенных ошибок; – готовность к освоению и применению в учебной и профессиональной деятельности. 	
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	<ul style="list-style-type: none"> – Осознание своей ответственности за результат коллективной, командной деятельности, готовности к сотрудничеству, использованию опыта коллег; 	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практике.

	– отсутствие негативных отзывы со стороны коллег, руководства, потребителей.	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	– Проявление ответственности за работу подчиненных; – проявление ответственности за результат выполнения заданий.	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Обоснованность выбора путей и способов повышения личностного и квалификационного уровня.	
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.	Владение основами предпринимательской деятельности в области рекламы.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения программы профессионального модуля. Выполнение рефератов, заданий для самостоятельной работы, исследовательской творческой работы; заданий учебной практики.
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	Стремление овладеть знаниями дисциплин гуманитарного и социально-экономического, математического и естественнонаучного циклов.	