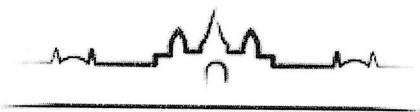


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Катрич Ольга Владимировна
Должность: директор
Дата подписания: 28.11.2023 11:53:30
Уникальный программный ключ:
cfda5e8f32dda9141ed5a8a5d0d754bfe51ad91



**Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Новосибирский городской открытый колледж»
(АНО СПО «НГОК», НГОК)**

СОГЛАСОВАНО

Исполнительный директор ООО
«Рекламное агентство «Голливуд 11»

Е.Г. Ахаклина
«30» августа 2023 года

Рассмотрено и принято
на заседании Педагогического совета
АНО СПО «НГОК»

Протокол № 1
от «30» августа 2023 года

УТВЕРЖДАЮ

Директор АНО СПО «НГОК»



О.В. Катрич

августа 2023 года

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

специальности
42.02.01 Реклама

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта 42.02.01 Реклама и примерной основной образовательной программы по специальности 42.02.01 «Реклама»

Организация-разработчик: АНО СПО «Новосибирский городской открытый колледж»

СОДЕРЖАНИЕ

	СТР
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	21
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	22

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

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) производство рекламной продукции 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, повышении квалификации, профессиональной подготовке и переподготовке кадров в рамках профессий рабочих и должностей служащих по ОК 016-94: 20032 Агент рекламный, при наличии основного общего, среднего общего образования. Опыт работы не требуется.

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. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 278 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 176 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 102 часа;

учебной и производственной практики – 108 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 (ВПД) 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 основами 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 ПМ. 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов 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 4.1-4.3	МДК 04.01 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	278	176	108	0	102	0	36	72
	Всего	278	176	108	0	102	0	36	72

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1 Осуществление управленческой деятельности на предприятиях занимающихся изготовлением рекламного продукта		50	
Тема 1.1 Менеджмент как наука искусства	Содержание учебного материала		
	1. Понятие менеджмента , предпосылки его возникновения ; его цели и задачи. Менеджеры и их уровни, роли руководителя. Менеджмент как наука и искусство, специальность и система	2	2
	Лабораторная работа - не предусмотрена	-	
	Практические занятия – не предусмотрено	-	
	Самостоятельная работа Подготовка сообщения по теме «История развития менеджмента в России» поиск информации, подготовка сообщения, компьютерной презентации Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы	4	
Тема 1.2. Сущность и характерные черты современного менеджмента	Содержание учебного материала		
	2. Принципы и методы управления. Организация, как объект управления. Объекты и субъекты управления. Современные подходы у менеджменту: количественный, процессный, системный м ситуационный Национальные особенности менеджмента. Проблемы менеджмента в России	2	2
	Лабораторная работа - не предусмотрена	-	
	Практические занятия	4	
	3. Практическое занятие № 1. Создание модели менеджера	2	
	4. Практическое занятие № 2. Деловая игра «Анализ возможностей применения японского опыта управления в Российских условиях»	2	
	Самостоятельная работа		

	Подготовка реферата по теме «Роль менеджмента в области профессиональной деятельности» . Поиск информации, подготовка реферата, компьютерной презентации Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы	4	
Тема 1.3. Структура организации. Внутренняя и внешняя среда организации	Содержание учебного материала	2	2
	5. Элементы внутренней среды организации. Цели, их характеристики и направления. Характеристики задач. Организационная структура управления, ее типы и виды. Основные принципы построения. Типы технологий. Трудовые ресурсы организации. Факторы прямого воздействия внешней среды организации: конкуренты, поставщики, потребители, законы и государственные органы, профсоюзы. Факторы косвенного воздействия внешней среды организации: экономика, политика, НТП, социокультурный и международный факторы. Характеристики внешней среды организации.		
	Лабораторная работа - не предусмотрена	-	
	Практические занятия	6	
	6. Практическое занятие № 3. Составление организационной структуры управления.	2	
	7. Практическое занятие № 4. Описание внешней и внутренней среды организации. Составление таблицы	2	
	8. Практическое занятие № 5. Разработка кластера «Составляющие успеха организации»	2	
	Самостоятельная работа	4	
Изучить особенности организационной структуры рекламного агентства Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы			
Тема 1.4. Принятия управленческих решений	Содержание учебного материала	2	2
	9. Уровни принятий решений. Требования к управленческим решениям в рекламном менеджменте. Классификация управленческих решений. Этапы рационального решения проблем. Методы принятия решений. Разновидности прогнозов при принятии решений		
	Лабораторная работа - не предусмотрена	-	
	Практические занятия	6	
	10. Практическое занятие № 6. Построение планов «Стратегическое управление и планирование»	2	
	11. Практическое занятие № 7. Решение кейсов «Управленческие решения»	2	
	12. Практическое занятие № 8. Заполнение таблицы «Этапы и методы принятия решений в рекламном бизнесе»	2	

	Самостоятельная работа Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы		
Тема 1.5 Система мотивации труда	Содержание учебного материала	2	2
	13. Содержательные теории мотивации: Классификация потребностей по Маслоу; Иерархия потребностей по МакКлелланду; Потребности по Герцбергу. Процессуальные теории мотивации :теория ожиданий, справедливости. Процесс делегирования полномочий. Виды полномочий. Стимулирования труда персонала. Отрицательные и положительные стороны делегирования полномочий. Сущность и функции кадрового менеджмента. Причины увольнения кадров, методы увольнения. Контролинг персонала		
	Практические занятия	6	
	14. Практическое занятие № 9. Решений кейсов « Мотивационный потенциал»	2	
	15. Практическое занятие № 10. Деловая игра «Мотивация работников предприятия»	2	
	16. Практическое занятие № 11. Выполнение заданий «Использование социогаммы и социоматриц в исследовании коллектива»	2	
	Самостоятельная работа	4	
Подготовка сообщения по теме «Мотивация сотрудников», «Виды мотивации: материальная и нематериальная» поиск информации, подготовка сообщения, компьютерной презентации. Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы			
Тема 1.6 Управления конфликтами	Содержание учебного материала		2
	17. Сущность и классификация конфликтов. Причины конфликтов. Методы управления конфликтами: структурные и межличностные. Их последствия: функциональные и дисфункциональные. Стресс, его виды и последствия	2	
	Лабораторная работа - не предусмотрена	-	
	Практические занятия	6	
	18. Практическое занятие № 12. Анализ ситуаций по управлению конфликтами	2	
	19. Практическое занятие № 13. Решение кейсов «Управление конфликтами»	2	
	20. Практическое занятие № 14. Разработка рекомендаций для менеджера по предупреждению и разрешению конфликтов	2	
	Самостоятельная работа	4	
Подготовка доклада на тему: «Стресс, его последствия и методы борьбы с ним» Изучение особенностей различных методов управления. Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы			

Тема 1.7 Руководство: власть и партнерство	Содержание учебного материала		
	21. Формы и источники власти. Методы влияния. Психология малых групп . Стили управления. Психологическая устойчивость как основа нормальной обстановки организации. Имидж менеджера. Решетка менеджмента. Этика делового общения	2	2
	Лабораторная работа - не предусмотрена	-	
	Практические занятия	8	
	22. Практическое занятие № 15. Заполнение таблицы «Стили руководства». Решений практических задач	2	
	23. Практическое занятие № 16. Решение кейсов «Власть и ее реализация», «Разделим властные полномочия»	2	
	24. Практическое занятие № 17. Подготовка и проведение деловых совещаний и презентаций продуктов рекламной деятельности	2	
	25. Практическое занятие № 18. Разработка рекомендаций «Деловое общение менеджера по рекламе»	2	
	Самостоятельная работа		
Изучение особенностей различных методов управления. Подготовка реферата по теме «Вербальное и невербальное общение» поиск информации, подготовка реферата, компьютерной презентации. Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы	4		
Раздел 2. Экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации	58		

Тема 2.1 Рекламная компания	Содержание учебного материала	4	2
	26. Планирование рекламной компании. Классификация рекламных компаний. Планирование рекламных мероприятий. Цели рекламной компании. Этапы разработки рекламной компании. Представление плана рекламной кампании клиенту.	2	
	27. Создание рекламного продукта. Этапы создания рекламы. Пути решения рекламной задачи. Особенности создания рекламных продуктов в зависимости от канала распространения рекламы. Производство рекламного продукта. Согласование концепции рекламного продукта с заказчиком. Презентация рекламного продукта.	2	
	Лабораторная работа - не предусмотрена	-	
	Практические занятия	4	
	28. Практическое занятие № 20. Определение стратегии рекламной компании рабочей группы	2	
	29. Практическое занятие № 21. Определение этапов и сроков рекламной компании	2	
	Самостоятельная работа	4	
Составить глоссарий по теме «Рекламная компания». Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы			
Тема 2.2 Создание рекламного продукта	Содержание учебного материала		2
	30. Этапы создания рекламы. Пути решения рекламной задачи. Особенности создания рекламных продуктов в зависимости от канала распространения рекламы. Производство рекламного продукта. Согласование концепции рекламного продукта с заказчиком. Презентация рекламного продукта	2	
	Лабораторная работа - не предусмотрена	-	
	Практические занятия	4	
	31. Практическое занятие № 22. Разработка товарного знака	2	
	32. Практическое занятие № 23. Разработка слогана	2	
	Самостоятельная работа	6	
	Составить глоссарий по теме, сделать подборку материалов по рекламе аналогичного объекта рекламы и подготовить отчет. Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы		
Тема 2.3	Содержание учебного материала		

Медиапланирование	33. Основы медиапланирования. Медиапланирование и медиастратегия компании. Медиапланирование: основные термины и показатели. Выбор видов рекламы и средств её размещения. Разработка и выбор средств распространения рекламы. Ценообразование в области размещения рекламной продукции. Разработка плана-графика размещения рекламы. Представление медиаплана заказчику.	2	2
	Лабораторная работа - не предусмотрена	-	
	Практические занятия 34. Практическое занятие № 24. Решение задач по расчету индексов медиапланирования	2	
	Самостоятельная работа Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы	2	
Тема 2.4 Рекламный бюджет	Содержание учебного материала	2	2
	35. Рекламный бюджет. Общие положения о рекламном бюджете. Методы формирования рекламного бюджета. Планирование и разработка рекламного бюджета.		
	Лабораторная работа - не предусмотрена		
	Практические занятия	6	
	36. Практическое занятие № 25. Решение практических задач	2	
	37. Практическое занятие № 26. Подготовка медиапланов в рабочих группах	2	
	38. Практическое занятие № 27. Анализ соотношения ценовых тарифов на Российском рекламном рынке с ценами на рекламу в других странах.	2	
Самостоятельная работа Обзор расценок на услуги рекламных агентов на территории г. Новосибирска, выполнение задания представить в виде таблицы. Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы	6		
Тема 2.5 Оценка эффективности рекламы	Содержание учебного материала		
	39. Оценка эффективности рекламы. Проблема оценки эффективности рекламы. Понятие эффективности рекламы и ее составляющие. Экономическая эффективность и ее критерии. Рентабельность рекламы. Оценка эффективности видов и средств (носителей) рекламы.	2	2
	Лабораторная работа - не предусмотрена	-	
	Практические занятия 40. Практическое занятие № 28. Расчет экономической эффективности рекламы	6 2	

41. Практическое занятие № 29. Оценка эффективности видов и средств (носителей) рекламы.
--

2

	42. Практическое занятие № 30. Оптимизация рекламного бюджета.	2	
	Самостоятельная работа		
	Подобрать рекламные материалы, характеризующие наименее и наиболее эффективные рекламные компании. Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы	6	
Тема 2.6 Исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации в рекламе	Содержание учебного материала		2
	43. Авторское право на рекламу. Объекты авторского права в рекламе. Авторы. Ответственность за нарушение авторских прав. Авторский договор. Фрилансеры. Регистрации авторских прав. Оформление и подготовка документов на регистрацию авторских прав. Правила регистрации авторского права. Международная регистрация прав Copyright. Торговый знак в рекламе. Возникновение и осуществление исключительных прав на товарный знак.	2	
	Лабораторная работа - не предусмотрена	-	
	Практические занятия	12	
	44. Практическое занятие № 31. Составление алгоритма процедуры регистрации авторского права	2	
	45-46. Практическое занятие № 32. Формирование пакета документов, необходимых для регистрации авторских прав на рекламный продукт	4	
	47. Практическое занятие № 33. Составить алгоритм процедуры регистрации товарного знака	2	
	48-49. Практическое занятие № 34. Формирование пакета документов, необходимых для регистрации товарного знака	4	
	Самостоятельная работа		
	Обзор стоимости услуг по регистрации авторского права Обзор стоимости услуг по регистрации товарного знака Работа по конспекту, поиск информации, изучение дополнительной литературы	4	
Тема 2.7 Маркетинг в сфере услуг	Содержание учебного материала		2
	50. Маркетинг, его принципы, функции и концепции в сфере услуг. Виды маркетинговых исследования в сфере услуг. Основные составляющие инновационной маркетинговой политики в сфере услуг.	2	
	Лабораторная работа - не предусмотрена	-	
	Практические занятия	4	
	51. Практическое занятие № 35. Разработка анкеты для проведения опросов	2	

	52. Практическое занятие № 36. Сбор и анализ маркетинговой информации: составление плана проведения исследования	2	
	Самостоятельная работа Подготовка сообщения по теме «Маркетинг и его значение в профессиональной деятельности» - поиск информации, подготовка сообщения, компьютерной презентации Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы	6	
Тема 2.8 Полиграфия как двигатель рекламных услуг.	Содержание учебного материала 53. Основные достоинства полиграфии в сфере рекламных услуг. Взаимосвязь между качеством товара и сервисом в полиграфии	2	2
	Лабораторная работа - не предусмотрена	-	
	Практические занятия 54. Практическое занятие № 37. Разработка психологических тестов и оценочной шкалы с целью изучения потребительских предпочтений.	2	
	Самостоятельная работа Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы	-	
Раздел 3. Проведение сертификации и стандартизации рекламного продукта		20	

Тема 3.1 Стандартизация	Содержание учебного материала	4	2
	55. Сущность стандартизации. Развитие стандартизации, метрологии и сертификации Цели ,задачи и функции стандартизации. Правовые основы построения национальной системы стандартизации. Государственный контроль и надзор за соблюдением требований технических регламентов. Виды стандартов. Организация работ по стандартизации и правила разработки стандартов.	2	
	56. Основополагающие общетехнические и организационно -технически системы и комплексы стандартов. Международные стандарты качества. Международные организации по стандартизации. Сотрудничество России и ИСС. Международные стандарты качества. Стандарты качества 9000 и 14000. Стандартизация и качество продукции	2	
	Лабораторная работа - не предусмотрена	-	
	Практические занятия- не предусмотрено	-	
	Самостоятельная работа	4	
Подготовка сообщения по теме: «Международная деятельность в области сертификации». - поиск информации, подготовка сообщения, компьютерной презентации. Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы			
Тема 3.2 Метрология	Содержание учебного материала	4	2
	57. Основные термины, понятия, определения. Требования ГСИ. Государственная система обеспечения и единства измерений в стране (ГСИ). Основные требования объекты стандартизации ГСИ. Измерительная техника. Приборы и инструменты. Шкалы измерений. Физические величины и их единицы	2	
	58. Классификация измерителей. Основные характеристики и критерии качества измерений. Погрешности измерений и средств измерений. Методы обработки результатов измерений. Измерение физико - химических свойств веществ. Информаторы. Устройство отображение информации. Аналоговые и цифровые информаторы. Метрологические обеспечения производства	2	
	Лабораторная работа - не предусмотрена	-	
	59 - 60. Практические занятия	4	
	Практическое занятие № 38 Решение практических задач		
Самостоятельная работа			

	Подготовка доклада по теме: «Международная система единиц», «Структура и функции метрологической службы», «Метрологическое обеспечение при разработке, производстве и эксплуатации технических устройств», «Функции метрологической службы», «Ведомственные метрологические службы», «Международные метрологические организации: МКМВ, МБМВ». - поиск информации, подготовка доклада, компьютерной презентации. Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы	6	
Тема 3.3 Сертификация. Системы сертификации	Содержание учебного материала	4	2
	61. Сертификация как обобщение практики применения стандарта. Организационные структуры сертификации. Системы сертификации. Правовые системы сертификации. Порядок проведения сертификации продукции. Выбор и обоснование схем сертификации. Аудит качества. Сертифицированный аудит. Административная подчиненность, права и обязанности испытательной лаборатории.	2	
	62. Требования к испытательным лабораториям, информационная структура. Административная подчиненность, права и обязанности и испытательной лаборатории. Основные этапы сертификации продукции. Схемы сертификации однородной продукции. Показатели качества, их классификация и номенклатура. Основные понятия и термины в области качества продукции. Показатели качества, их классификация и номенклатура. Основные понятия и термины в области качества продукции. Показатели качества, их классификация и номенклатура. Основные этапы сертификации услуг. Схемы сертификации услуг. Требования к содержанию сертификата соответствия на услуги.	2	
	Лабораторная работа - не предусмотрена	-	
	Практические занятия	4	
	63-64. Практическое занятие № 39. Разработка рекламной компании издания и расчете эффективности	4	
	Самостоятельная работа		
	Подготовка доклада по теме: «Международная деятельность в области сертификации», «Сертификация импортируемой продукции в России», «Сертификация системы качества предприятия». Поиск информации, подготовка доклада, компьютерной презентации. Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы	6	
Учебная практика Виды работ			

Разработка и защита проекта «Рекламной кампании»

- краткая характеристика рекламного продукта;
- провести анализ целевой аудитории;
- определить цели и концепцию рекламной компании, виды рекламы;
- выбор средств рекламы в соответствии с рекламной идеей;
- составить план творческих работ;
- разработка и изготовление рекламного продукта;
- определить эффективность рекламной компании;
- Подготовить презентацию проекта и защитить его.

Оформление документов для регистрации авторского права на рекламный продукт.

Производственная практика

Виды работ

Изучить общую структуру предприятия, характер и основной вид деятельности предприятия (по месту прохождения практики);

Изучить изготовление рекламного продукта на данном предприятии;

Ознакомиться с процессами сертификации и стандартизации продукции;

Изучить оформление документов для регистрации авторского права на рекламный продукт на данном предприятии.

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 учебных кабинетов «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»

Оборудование учебных кабинетов и рабочих мест кабинета «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта».

- Комплект учебно – методической документации;
- Посадочные места по количеству студентов;
- Рабочее место преподавателя;
- Наглядные пособия.

Технические средства обучения: интерактивная доска, ПК, мультимедийное оборудование.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику, которая проводится рассредоточено.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники

1. Виханский О. С. Менеджмент: Учебник для ср. спец. учеб. заведений / Виханский О. С., Наумов А. И. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 288 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=895219>

2. Казначевская Г.Б. Менеджмент : учебник / Г.Б. Казначевская. — Москва : КноРус, 2018. — 240 с. — Для СПО. <https://www.book.ru/book/926126/view2/1>

3. Грибов В.Д. Менеджмент : учебное пособие / В.Д. Грибов. — Москва : КноРус, 2017. — 280 с. — Для СП <https://www.book.ru/book/925916/view2/1>

4. Мазилкина Е.И. Менеджмент : учеб. пособие / Е.И. Мазилкина. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 197 с. — (Среднее профессиональное образование). <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=754605>

5. Кнышова, Е.Н. Менеджмент: Учебное пособие/Кнышова Е. Н. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 304 с.- (Профессиональное образование) <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=492807>

Дополнительная литература:

6. Евстафьев В.А. Организация и практика работы рекламного агентства: Учебник /В.А.Евстафьев - М.: Дашков и К, 2016. - 512 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=520466>

7. Шишова Н.В. Теория и практика рекламы: Учебное пособие / Н.В. Шишова, А.С. Подопригора, Т.В. Акулич. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 299 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=362871>

8. Рекламная деятельность [Текст] : учебник / Под ред. В.Д.Секерина. - М. : Инфра-М, 2013. - 282 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=350960>

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Преподавание междисциплинарных комплексов профессионального модуля 04. ««Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта» имеет практическую направленность.

Для закрепления теоретических знаний и приобретения необходимых практических навыков предусматриваются практические занятия, которые проводятся после изучения соответствующих тем. Для развития творческой активности обучающихся в программе предусмотрено выполнение самостоятельных творческих работ.

Освоению данного модуля предшествует изучение обще-профессиональных дисциплин: «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Документационное обеспечение управления», «Правовое обеспечение профессиональной деятельности» и др.

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 и управление процессом изготовления рекламного продукта».

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой

Инженерно-педагогический состав: опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сфере является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимися профессионального цикла. Преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

4.5. Специальные условия для получения профессионального образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья

Реализация программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в смешанной группе с использованием мультимедийного проектора, специального программного обеспечения.

Для самостоятельной работы студентам предлагаются учебные и лекционные материалы в электронном виде с альтернативными форматами (крупный шрифт, аудиозаписи и пр.).

Студенту по запросу обеспечивается индивидуальный режим работы на занятии (дополнительные перерывы, изменение темпа работы и пр.).

По запросу составляется индивидуальный план освоения образовательной программы.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	- планирование индивидуальной работы менеджера; - определение факторов, снижающих рациональность использования рабочего времени;	Текущий контроль в форме: - защиты практических занятий; - контрольных работ по темам МДК; - тестовых заданий; - экзамен - зачет
Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	- изготовление рекламной продукции; - ее оценка и анализ на предмет соответствия рекламной идее; - формулирование выводов;	
Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	-Точность и грамотность оформления рекламной документации	

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
Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	– демонстрация интереса к будущей профессии	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы.
Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые мотивы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	– выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области разработки технологических процессов изготовления рекламной продукции; – оценка эффективности и качества выполнения;	
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	– решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области разработки технологических процессов изготовления рекламной продукции;	

<p>Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p>– эффективный поиск необходимой информации; – использование различных источников, включая электронные</p>	
<p>Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p>	<p>– работа с использованием компьютерных программ</p>	
<p>Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p>– взаимодействие с обучающимися и преподавателями в ходе обучения</p>	
<p>Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения задания.</p>	<p>– самоанализ и коррекция результатов собственной работы</p>	
<p>Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>– организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля</p>	
<p>Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>– анализ инноваций в области разработки технологических процессов изготовления рекламной продукции;</p>	
<p>Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).</p>	<p>- воспитание патриотизма;</p>	

<p>Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - анализ нормативной документации при организации предпринимательской деятельности в сфере рекламного бизнеса; 	
<p>Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - анализ экологических нормативов при изготовлении рекламного продукта; - эффективный поиск необходимой информации; - самооценка коммуникативных способностей; 	