

Государственное областное бюджетное
профессиональное образовательное учреждение
«Усманский многопрофильный колледж»

УТВЕРЖДАЮ:
директор
ГОбПОУ «Усманский
многопрофильный колледж»

_____ Небогин А.В.

«_____» _____ 2016 г.

ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих,
должностям служащих (Профессия 20032 "Агент рекламный")**

Специальность 42.02.01 Реклама

Уровень подготовки базовый

2016 г.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (Профессия 20032 "Агент рекламный") разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от «12» мая 2014 г. № 510.

Организация- разработчик: Государственное областное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Усманский многопрофильный колледж»

Разработчики:
Афанасьева О.В., преподаватель высшей квалификационной категории

Рассмотрена и утверждена на заседании предметно- цикловой комиссии педагогики, психологии и частных методик

Протокол № _____ от « _____ » _____ 2016г.

Председатель предметно- цикловой комиссии педагогики, психологии и частных методик _____ Минаева О.В.

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	18
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	20

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (Профессия 20032 "Агент рекламный")

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): Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 5.1 Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.

ПК 5.2. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.

ПК 5.3. Консультировать клиента, предоставляя информацию о предлагаемом товаре, услуге.

ПК 5.4. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при работе с клиентом, заказчиком рекламы.

ПК 5.5. Использовать современные информационные и коммуникационные средства для размещения и продвижения рекламы.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: профессиональный модуль ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (Профессия 20032 "Агент рекламный") относится к профессиональным модулям программы подготовки специалистов среднего звена, в состав которого входят МДК.05.01 Организация деятельности по работе с заказчиком, МДК.05.02 Размещение и сопровождение рекламы, а также учебная и производственная практика (по профилю специальности).

Профессиональный модуль является практико-ориентированным. В ходе освоения данного модуля обучающийся должен обладать общими компетенциями, включающими ряд способностей, а также профессиональными компетенциями, соответствующими основному виду профессиональной деятельности.

1.3. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля

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

иметь практический опыт:

- осуществления деятельности по поиску и привлечению клиентов;
- работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;
- ведения переговоров с клиентом;
- консультирования клиента, предоставляя информацию о предлагаемом товаре, услуге;
- использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при работе с клиентом, заказчиком рекламы;

- использования современных информационных и коммуникационных средств для размещения и продвижения рекламы;
- установления контакта со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.

уметь:

- осуществлять поиск заказчиков рекламных услуг и создавать клиентскую базу данных;
- контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести с ними переговоры;
- принимать участие в рекламных акциях в качестве исполнителя;
- контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения рекламы;
- применять различные средства связи с клиентами и заказчиками рекламных услуг;
- осуществлять выбор средств рекламы для проведения рекламных мероприятий;
- использовать компьютерную технику в рекламной деятельности;
- пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графической рекламной информации при проведении презентационных мероприятий.
- оцифровывать текстовую и графическую информацию.

знать:

- виды и направления рекламной деятельности;
- средства рекламы и средства распространения рекламы;
- субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;
- средства оргтехники и требования безопасности труда;
- правила составления оригиналов текстовых документов;
- средства копирования и оперативного размножения документов;
- средства связи с субъектами рекламного процесса;
- направления рекламной работы;
- средства рекламы, применяемые в рекламных мероприятиях;
- средства компьютерной обработки рекламной информации при проведении презентационных мероприятий.
- основные виды производства рекламного продукта.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – **420** часов, включая:
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **316** часов;
 самостоятельной работы обучающегося – **104** часа;
 учебной практики – **36** часов;
 производственной практики (по профилю специальности) – **72** часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (Профессия 20032 "Агент рекламный"), в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 5.1	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.
ПК 5.2.	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.
ПК 5.3.	Консультировать клиента, предоставляя информацию о предлагаемом товаре, услуге.
ПК 5.4.	Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при работе с клиентом, заказчиком рекламы.
ПК 5.5.	Использовать современные информационные и коммуникационные средства для размещения и продвижения рекламы.
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 СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

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 5.1 – 5.7	МДК.05.01 Организация деятельности по работе с заказчиком	156	104	52	-	52	-	-	-
ПК 5.1 – 5.7	МДК.05.02 Размещение и сопровождение рекламы	156	104	52	-	52	-	-	-
ПК 5.1 – 5.7	Учебная практика	36						36	-
ПК 5.1 – 5.7	Производственная практика, (по профилю специальности), часов	72						-	72
Всего:		420	316	104	-	104	-	36	72

2.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ) ПМ. 05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (Профессия 20032 "Агент рекламный")

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК.05.01 Организация деятельности по работе с заказчиком		156	
Раздел 1. Поиск и привлечение клиентов			
Тема 1.1. Основы организации рекламной деятельности предприятий	Содержание учебного материала	7	2
	1. Виды рекламной деятельности и их классификация	1	
	2. Особенности рекламной деятельности учреждений, предприятий, фирм и (прочее): цели и задачи, направления рекламной деятельности, используемые средства и носители рекламы, рекламные мероприятия.	1	
	3. Средства распространения рекламы, применяемые организацией в ходе рекламной деятельности. Выбор средств распространения рекламы	1	
	4. Рекламный отдел и его функции. Его структура, участники рекламного процесса. Планирование рекламной работы на предприятии	2	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия		4
	Практическая работа №1 Анализ рекламной деятельности организаций, предприятий города Усмань	2	
Тема 1. 2. Взаимодействие рекламного агентства и рекламода-теля	Содержание учебного материала	8	4
	1. Рекламные услуги. Виды рекламных услуг. Классификация рекламных услуг	2	
	2. Понятие о выборе рекламного агентства. Рекламные агентства, их задачи и функции. Виды рекламных агентств, особенности их деятельности	1	
	3. Основные направления взаимодействия рекламода-теля и рекламного агентства. Переговоры с заказчиком. Осуществление агентом в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.	1	
	4. Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком. Документационное сопровождение рекламного заказа. Правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг	2	

	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	2	3
	Практическая работа №2 Составление брифа на рекламу		
Раздел 2. Ведение переговоров с заказчиками и производителями рекламы			
Тема 2.1. Психологические особенности рекламного воздействия	Содержание учебного материала:	6	3
	1. Типы клиентов для продаж и оказания рекламных услуг. Их характеристика	1	
	2. Определение типа клиентов на практике	1	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия		4
	Практическая работа №3 Определение типа мышления заказчика	2	
	Практическая работа №4 Определение своего типа мышления	2	
Тема 2.2. Способы построения доверия и фокусировки внимания у заказчика	Содержание учебного материала:	8	3
	1. Тональность и темп речи заказчика. Подстраивание под тональность и темп речи заказчика	1	
	2. Вовлечение заказчика в процесс заказа	1	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия		3
	Практическая работа №5 Ролевая игра с методами привлечения внимания	2	
	Практическая работа №6 Ролевая игра с вовлечением заказчика в процесс заказа	4	
Тема 2.3. Презентация рекламного предложения	Содержание учебного материала:	10	3
	1. Основные элементы презентации товаров и услуг (функции, классификация, методы, план)	2	
	2. Способы проведения эффективной презентации (цель, задачи, типы и т.д.)	2	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия		3
	Практическая работа №7 Составление плана презентации товаров или услуг	1	
	Практическая работа №8 Подготовка презентации товаров, услуг.	1	
Практическая работа № 9 Проведение презентации товаров с использованием основных элементов.	2		
Практическая работа № 10 Составление плана самопрезентации. Подготовка самопрезентации. Её проведение	2		
Тема 2.4 Техника работы с возражениями	Содержание учебного материала:	4	
	1. Типы возражений. Стратегия работы с возражениями в личной беседе. Позитивная и негативная реакция агента на возражения	1	3
	2. Способы присоединения к возражениям. Техника ответа на возражения	1	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия		3
	Практическая работа № 12 Отработка техники ответов на возражения	2	

Тема 2.5. Проведение телефонных переговоров	Содержание учебного материала:		8	3
	1.	Телефонные переговоры. Возможности и опасности при телефонных переговорах.	2	
	2.	Правила исходящего звонка. Правила входящего звонка	2	
	Лабораторные работы			
	Практические занятия			3
	Практическая работа № 13 Составление плана - схемы (сценария) телефонного контакта с клиентом (вам звонят, вы звоните)		2	
Практическая работа № 14 Прием заказа по телефону		2		
Тема 2.6. Стратегия переговоров о цене	Содержание учебного материала:		4	
	1.	Процесс торга (изложение позиций сторон). Торг и сближение позиций. Закрепление взаимных договоренностей. Три стратегии поведения при переговорах о цене.	2	3
	Лабораторные работы		-	
	Практические занятия			
Практическая работа № 15 Проведение переговоров о цене.		2	3	
Тема 2.7. Основные этапы поиска клиента	Содержание учебного материала:		10	
	1.	Изучение товара. Изучение собственного товара в соответствии с деятельностью организации и по всем характеристикам товара/услуг. Разработка плана изучения собственного товара	2	3
	2.	Выявление наиболее продаваемых позиций (виды товаров, опрос заказчиков и анализ результатов опроса). Разработка закрытых и открытых вопросов для изучения потребностей клиента	2	
	3.	Изучение потребностей и возможностей клиента (база данных клиентов, их деятельность, возможности и рекламный бюджет)	2	
	Лабораторные работы		-	
	Практические занятия			
Практическая работа № 16 Поиск потенциальных клиентов. Изучение способов и полезных советов поиска клиентов.		4	3	
Тема 2.8. Основные этапы в процессе привлечения клиента	Содержание учебного материала:		10	
	1.	Установление контакта с заказчиком (клиентом). Формирование первого впечатления. Вербальное и невербальное общение	2	3
	2.	Презентация коммерческого предложения (избирательность презентуемых свойств, точки воздействия)	1	
	3.	Завершение переговоров (основные задачи, методы завершения продаж, ошибки при продажах)	1	
	4.	Способы поиска и привлечения клиентов. Самореклама. Переговорный процесс с заказчиками (клиентами). Способы решения конфликтов.	2	
Лабораторные работы		-		

	Практические занятия		3
	Практическая работа № 17 Ролевая игра «Переговоры с заказчиком»	4	
Раздел 3. Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя			
Тема 3.1. Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя	Содержание учебного материала:	6	2
	1. Комплекс маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, личная продажа, паблик рилейшнз, прямой маркетинг, спонсоринг, брэндинг. Направления рекламной работы.	2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия		
	Практическая работа № 18 Разработка мероприятий по стимулированию сбыта	2	
	Практическая работа № 19 Анализ конкретных ситуаций участия в рекламных акциях	2	3
Раздел 4. Контактное взаимодействие со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы			
Тема 4.1. Изучение СМИ и работа с ними по вопросам размещения рекламы	Содержание учебного материала:	6	3
	1. Общие характеристики средств массовой информации (визуальные, аудиальные, аудиовизуальные). Формирование общественного мнения взаимодействия средств массовой информации	2	
	2. Исследование средств массовой информации (база данных). Приобретение рекламного носителя: (периодическая печать, радио, телевидение, документальное кино) Правила составления макета для рекламы в средствах массовой информации.	2	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия		3
	Практическая работа № 20 Изучение средств массовой информации в регионе, городе.	2	
Раздел 5. Использование офисной оргтехники, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа			
Тема 5.1. Средства оргтехники, оснащение помещения офиса для рекламных агентств, отделов	Содержание учебного материала:	5	2
	1. Оргтехника. Виды и организация оргтехники и требования безопасности труда. Роль технических средств в профессиональной деятельности рекламного агента.	1	
	2. Рабочее место рекламного агента. Оснащение рабочего места рекламного агента.	1	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия		3
	Практическая работа № 21 Разработка презентации «Основные средства оргтехники профессиональной деятельности»	3	
Тема 5.2. Современные системы и средства связи	Содержание учебного материала:	8	2
	1. Системы сотовой связи. Телефонные аппараты. Спутниковая связь. Способы передачи информации. Классификация каналов связи. Факсимильная связь. Сеть Internet: электронная почта	1	
	2. Средства связи. Виды средств связи в офисе, предприятии. Особенности использования при работе с заказчиком.	1	

	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	-	
	Практическая работа № 22 Выполнение работы с сотовыми и стационарными аппаратами	2	
	Практическая работа № 23 Выполнение работы с факсом	2	3
	Практическая работа № 24 Создание электронного почтового ящика, работа с электронной почтой	2	
Тема 5.3. Средства копирования и оперативного размножения документов	Содержание учебного материала	2	2
	1. Сканер. Виды сканеров. Принцип работы сканера. Принтеры. Виды принтеров. Принцип работы принтера. Плоттер. Виды плоттера. Принцип работы плоттера	1	
	2. Средства копирования и оперативного размножения документов Выбор программного обеспечения для создания рекламной продукции.	1	
	Практические занятия	-	
	Дифференцированный зачет	2	
Самостоятельная работа при изучении МДК.05.01 Организационная деятельность по работе с заказчиком:		52	2
<ul style="list-style-type: none"> - Проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. - Подготовка к практическим занятиям. - Разработка презентации. Подготовка к защите авторских презентаций. - Завершение оформления практических работ. Составление отчета с выводами. Составление эссе. - Структурирование информации конспекта по теме "Способы поиска и привлечения клиентов". - Подготовка докладов на тему: "Как установить контакт с заказчиком ", "Как осуществить презентацию коммерческого предложения ", "Как правильно завершить переговоры с клиентом", "Особенности переговорного процесса с заказчиком». - Структурирование информации конспектов по теме " Общие характеристики средств массовой информации (визуальные, аудиальные, аудиовизуальные) " - Завершение оформления практических работ. Составление базы данных СМИ. - Составление глоссария по теме. - Подготовка к дифференцированному зачету. 			
МДК.05.02 Размещение и сопровождение рекламы		156	
Введение	Содержание учебного материала:	2	
	Предмет и задачи курса, связь с другими дисциплинами учебного плана. Краткий обзор литературы и источников по данному курсу. Рекомендации по организации теоретических, практических занятий, а также самостоятельной работы студентов.	2	
	Лабораторные работы	-	

	Практические занятия	-	
Раздел 1. Виды и средства распространения рекламы			
Тема 1.1. Средства распространения рекламы и их характеристика	Содержание учебного материала:	8	2
	1. Средства распространения рекламы и их виды и характеристика	2	
	2. Технология выбора рекламных средств	2	
	3. Методы размещения рекламы	2	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия		4
	Практическая работа №1 «Практическое применение методов размещения рекламы»	2	
Раздел 2. Эффективное размещение рекламы с помощью различных средств			
Тема 2.1 Особенности размещения рекламных сообщений в газетах и журналах	Содержание учебного материала:	6	4
	1. Особенности размещения рекламных сообщений в газетах и журналах	2	
	2. Типы рекламы в прессе. Преимущества и недостатки рекламы в прессе.	2	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	2	3
		Практическая работа №2 «Преимущества и недостатки рекламы в газете и журнале» (Составление таблицы)	
Тема 2.2. Особенности размещения рекламы с помощью прямой почтовой рассылки	Содержание учебного материала:	6	3
	1. Виды прямой почтовой рассылки. Преимущества и недостатки.	2	
	2. Эффективная почтовая рассылка клиентам	2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия		4
		Практическая работа №3 «Разработка памятки с рекомендациями для эффективной почтовой рассылки»	2
Тема 2.3. Размещение рекламных сообщений с помощью различных видов радио рекламы.	Содержание учебного материала:	6	3
	1. Радиореклама и ее характеристика. Преимущества и недостатки в сравнении с другими средствами (по выбору)	2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия		3
		Практическая работа № 4 Разработка рекомендаций по созданию эффективной радио рекламы	4
Тема 2.4. Размещение рекламы на телевидении	Содержание учебного материала:	10	3
	1. Характеристика телерекламы. Классификация. Преимущества и недостатки телевизионной рекламы	2	
	2. Измерение аудитории телевидения	2	
	3. Сущность процесса выбора телеканалов для размещения рекламы. Методы выбора каналов. Факторы, влияющие на выбор телеканала	2	
	Лабораторные работы	-	

	Практические занятия		3
	Практическая работа №5 Оценка эффективности размещения телерекламы	4	
Тема 2.5. Особенности размещения различных видов наружной рекламы	Содержание учебного материала:	8	
	1. Характеристика видов наружной рекламы	2	3
	2. Достоинства и недостатки наружной рекламы в отличие от других средств	2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия		3
	Практическая работа № 6 Размещение наружной рекламы (практикум по медиапланированию)	4	
Тема 2.6. Эффективность телефонных коммуникаций	Содержание учебного материала:	6	3
	1. Возможности телефонной рекламы. Методика организации телефонного разговора с клиентом	2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия		3
	Практическая работа № 7 Составление рекомендаций для эффективного телефонного разговора с клиентом	4	
Тема 2.7. Особенности эффективного размещения рекламы на выставках	Содержание учебного материала:	10	
	1. Виды выставок. Этапы организации выставок.	2	3
	2. Размещение средств рекламы в выставочном комплексе	2	
	3. Размещение рекламы с помощью сувениров	2	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия		
	Практическая работа № 8 Планирование и организация краткосрочной выставки (по выбору студента)	4	3
Раздел 3. Использование информационных технологий для размещения и сопровождения рекламы			
Тема 3.1. Интернет-реклама и особенности её размещения	Содержание учебного материала:	22	
	1. Классификация Интернет-рекламы	2	3
	2. Размещение рекламных сообщений на сайтах, использованных в качестве рекламной площадки	2	
	3. Размещение рекламы по электронной почте	2	
	4. Особенности размещения рекламы на Яндексе. Бесплатное размещение рекламы в социальных сетях (в каталогах статей, в блогах, дневниках)	2	
	5. Методы выкладки рекламных объявлений	2	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия		
	Практическая работа № 9 Разработка объявлений для "Доски объявлений" в сети Интернет	4	3
	Практическая работа №10 "Анализ сайта "Яндекс для бизнеса"	4	
Практическая работа №11 "Создание рекламы для рассылки по электронной почте"	4		

Тема 3.2. Размещение рекламы на рекламных мероприятиях	Содержание учебного материала:		14	2
	1	Презентация. Рекламное шоу. Дегустации, рекламный аукцион, рекламная продажа. Стимулирование покупателей. Тестемониум	2	
	Лабораторные работы			
	Практические занятия			
	Практическая работа № 12 Разработка плана (сценария) рекламного шоу.		4	
	Практическая работа № 13 Разработка плана (сценария) проведения дегустации		4	3
Практическая работа № 14 Разработка плана (сценария) проведения рекламного аукциона		4		
Тема 3.3. Понятие "сопровождение рекламы"	Содержание учебного материала:		6	
	1	Что значит "сопровождение рекламы"	2	
	2	Сопровождение рекламной кампании как услуга	2	
	Лабораторные работы			
	Практические занятия		-	
Дифференцированный зачет. Защита портфолио студента		2		
Самостоятельная работа при изучении МДК.05.02 Размещение и сопровождение рекламы:			52	
<ul style="list-style-type: none"> - Систематизация теоретического материала по теме. - Подготовка к практическим занятиям. - Составление таблицы о преимуществах и недостатках рекламы в прессе. - Проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. - Завершение выполнения практической работы. Составление отчета с выводами. - Завершение выполнения практической работы. Составление отчета и разработка памятки. - Завершение оформления практической работы. Составление плана-схемы телефонного контакта с клиентом. - Завершение оформления практической работы. Разработка рекомендаций. - Завершение практической работы. Составление рекомендаций по эффективному размещению наружной рекламы. - Подготовка к дифференцированному зачету. Подготовка портфолио с практическими работами. 				
Учебная практика				
Виды работ:				
<ul style="list-style-type: none"> - Осуществление поиска клиентов, ведение клиентской базы. - Консультирование клиента, с целью предоставления информации о предлагаемом товаре, услуге. - Заключение договоров. - Ведение отчетности. 				
Производственная практика (по профилю специальности)				
Виды работ:				
<ul style="list-style-type: none"> - Осуществление деятельности по поиску и привлечению клиентов. Составление клиентской базы. - Составление перечня рекламных акций, проводимых базой практики. Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя. 				

<ul style="list-style-type: none"> - Консультирование клиента по предоставлению информации о предлагаемом товаре, услуге. - Изучение и использование офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при работе с клиентом, заказчиком рекламы. - Изучение и использование современных информационных и коммуникационных средств для размещения и продвижения рекламы базы практики. 		
Всего:	420	
Промежуточная аттестация в форме экзамена квалификационного		

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета проектирования рекламной продукции.

Оборудование кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- инструкции по технике безопасности;
- внешние накопители информации;
- доступ к глобальной сети Интернет;
- рабочее место преподавателя;
- носители информации;
- учебно-методический комплекс;
- набор наглядных пособий по дисциплине;
- учебная, справочная, научная литература.

Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением, мультимедиапроектор с демонстрационным материалом;
- аудиовизуальные средства.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Основная литература:

1. Блюм М.А., Герасимов Б.И., Молоткова Н.В. Маркетинг рекламы: Учебное пособие / М.А. Блюм. Герасимов Б.И. Молоткова Н.В.- Васильев Г.А., Профессиональное образование. Гриф. – М., 2015
2. Васильев Г.А. Основы рекламы: учебное пособие.- М.: ИНФРА-М, 2016
3. Хапенков В.Н. Организация рекламной деятельности: учебное пособие / В. Н. Хапенков, О. В. Сагинова , Д. В. Федюнин. - 4-е изд., стер. – М.: Академия, 2015.
4. Хапенков В.Н., Сагинова О.В., Федюнин Д.В. Организация рекламной деятельности: учеб.пособие для нач. проф.образования – 6-е изд. Испр. – М.: Издательский центр «Академия», 2016
5. Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г., Ольхова Л.А. Основы рекламы: учебное пособие.- М.: Издательство «Альфа – М», 2016

Дополнительная литература:

1. Антипов К. Основы рекламы: учебник.- М.: Дашков и К, 2010
2. Поляков В.А., Романов А.А. Технологии производства рекламной продукции: Учеб. Пособие.- М. Вузовский учебник, 2014
3. Сулягин Ю.А., Петров В.В. – Реклама.- Учебник. СПб. Изд-во Михайлова В.А. 2003

Электронные ресурсы:

<https://adindustry.ru/press-advertising>

https://studref.com/346884/marketing/reklama_presse

<https://marketing.wikireading.ru/2648> - портал ВИКИ ЧТЕНИЕ

https://ozlib.com/828521/ekonomika/razmeschenie_naruzhnoy_reklamy

<https://www.reklama-expo.ru/ru/articles/reklama-i-pr-v-vystavochnoj-deyatelnosti/>

- реклама на выставках

www.propel.ru – Все о рекламе

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Учебная практика и производственная практика (по профилю специальности) проводятся образовательной организацией при освоении обучающимися профессиональных компетенций в рамках профессионального модуля Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (Профессия 20032 "Агент рекламный") и реализуется концентрированно.

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (Профессия 20032 "Агент рекламный") является освоение учебной практики для получения первичных профессиональных навыков.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками образовательной организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на условиях гражданско-правового договора, в том числе из числа руководителей и работников организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности и имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет.

Педагогические работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, не реже 1 раза в 3 года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.

5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля ПМ.02 Организация внеурочной деятельности и общения младших школьников

Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, выполнения самостоятельной работы, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

Промежуточная аттестация освоения обучающимися профессионального модуля Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (Профессия 20032 "Агент рекламный") осуществляется в форме **экзамена квалификационного**.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется при применении форм текущего контроля знаний, а также в процессе проведения практических занятий.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.	<ul style="list-style-type: none"> - знание способов поиска и привлечения клиентов; - умение взаимодействовать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения. - уметь осуществлять поиск заказчиков рекламных услуг и создавать клиентскую базу данных - контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести с ними переговоры 	<p>Фронтальный и индивидуальный устный опрос; оценка выполнения практических занятий;</p> <ul style="list-style-type: none"> - участие в ролевых играх; - дифференцированные зачеты по учебной и производственной практике - зачеты по производственной практике <p>фронтальный устный опрос; игровое моделирование «Переговоры с рекламными агентствами»</p>
ПК 5.2. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.	<ul style="list-style-type: none"> - знание видов акций по стимулированию сбыта и оказанию услуг; - умение разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта; - умение использовать компьютерную технику при разработке рекламных средств для проведения рекламных акций 	<ul style="list-style-type: none"> - Фронтальный и индивидуальный устный опрос; - оценка выполнения практических занятий; - создание, редактирование рекламных текстов
ПК 5.3. Консультировать клиента, предоставляя информацию о предлагаемом товаре, услуге.	<ul style="list-style-type: none"> - знание правил ведения переговоров с клиентом (заказчиком) и умение их применять на практике; - знание правил ведения переговоров по телефону и умение применять их в практической деятельности; - умение разрабатывать скрипты диалогов при ведении переговоров 	<ul style="list-style-type: none"> - Фронтальный и индивидуальный устный опрос; - оценка выполнения практических занятий; - участие в ролевых играх
ПК 5.4. Использовать офисную оргтехнику, информационные и	<ul style="list-style-type: none"> - знание основных элементов презентации товаров и услуг; - знание способов ведения эффек- 	<ul style="list-style-type: none"> - Фронтальный и индивидуальный устный опрос; - дифференцированные за-

коммуникационные технологии при работе с клиентом, заказчиком рекламы.	<p>тивной презентации;</p> <ul style="list-style-type: none"> - умение разрабатывать презентацию товаров и услуг с помощью программного обеспечения 	четы по учебной и производственной практике - участие в ролевых играх
ПК 5.5. Использовать современные информационные и коммуникационные средства для размещения и продвижения рекламы.	<ul style="list-style-type: none"> - знание основных средств компьютерной обработки информации при работе с клиентом; - умение использовать компьютерные - знание различных видов оргтехники, применяемых в своей работе агентом 	<ul style="list-style-type: none"> - Фронтальный и индивидуальный устный опрос; - дифференцированные зачеты по учебной и производственной практике

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у студентов не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели результатов подготовки	Формы и методы контроля
ОК 01. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	<ul style="list-style-type: none"> - проявление стабильного интереса к профессиональной деятельности; - высокий уровень мотивации и готовности к творческой деятельности по выбранной специальности; - наличие положительных отзывов по итогам производственной деятельности; - участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах и т.п. 	Наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практик
ОК 02. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<ul style="list-style-type: none"> - обоснование выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области разработки рекламных конструкций; - демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач. 	<p>Формы контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> - фронтальный; - групповой; - индивидуальный; -самоконтроль.
ОК 03. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. 	<p>Методы контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> - опрос; -зачет по практическим занятиям; - защита проекта;

ОК 04. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- нахождение и использование дополнительной литературы по дизайну и рекламной деятельности, эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	-подготовка презентаций; - защита рефератов; -дифференцированный зачет по учебной и производственной практике (по профилю специальности)
ОК 05. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	- выбор информационно-коммуникационных технологий для решения задач в профессиональной деятельности в области построения эскизов конструкции.	Наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практик
ОК 06. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- взаимодействие с участниками производственного процесса: обучающимися, преподавателями, мастерами производственного обучения, рабочими и руководителями предприятий при прохождении производственной практики	Формы контроля: - фронтальный; - групповой; - индивидуальный; -самоконтроль.
ОК 07. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- проявление ответственности за работу подчиненных, оказание помощи студента студенту, сопереживание каждого за результат выполнения заданий	Методы контроля: - опрос; -зачет по практическим занятиям; - защита проекта; -подготовка презентаций; - защита рефератов; -дифференцированный зачет по учебной и производственной практике (по профилю специальности)
ОК 08. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня через разработку творческих проектов, участие в семинарах практикумах, в конкурсах профмастерства.	
ОК 09. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	- проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности: модным тенденциям в мире рекламы, актуальным разработкам по дизайну рекламной продукции.	
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринима-	- демонстрация готовности к исполнению воинской обязанности:	

<p>тельства в профессиональной деятельности.</p>		
<p>ОК 11. Владеть экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.</p>	<p>- проявление интереса и заинтересованности в изучении основ предпринимательской деятельности и профессионального развития.</p>	