

Государственное областное бюджетное
профессиональное образовательное учреждение
«Усманский многопрофильный колледж»

УТВЕРЖДАЮ:
директор
ГОбПОУ «Усманский
многопрофильный колледж»

_____ Небогин А.В.

«_____» _____ 2016г.

ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**ПМ. 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного
продукта**

Специальность *42.02.01 Реклама*

Уровень подготовки *базовый*

2016 г.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ. 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта 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»

Разработчик:

Афанасьева О.В., преподаватель высшей квалификационной категории

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

Протокол № _____ от « _____ » _____ 20 ____ г.

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	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	24
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	26

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ 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): Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта (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.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: профессиональный модуль модуля ПМ. 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта относится к профессиональным модулям программы подготовки специалистов среднего звена, в состав которого входят МДК 04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности, МДК 04.02 Организация и проведение рекламных и PR- кампаний, 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:

планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
подготовки документации для регистрации авторских прав;

уметь:

составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;
работать с рекламой в средствах массовой информации;
проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;
проводить презентацию рекламного продукта;
подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

знать:

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

классификацию целей менеджмента.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:
максимальной учебной нагрузки обучающегося – **660** часа, включая:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **524** часов;
самостоятельной работы обучающегося – **136** часов;
учебной и производственной практики – **252** часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

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 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	156	124	37	12	62	-		
	МДК.04.02 Организация и проведение рекламных и PR- кампаний	156	148	48	-	74	-		
	Учебная практика	72							
	Производственная практика, (по профилю специальности)	108							
Всего:		660	272	66	-	136	-	108	144

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

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности		186	
Раздел 1. Менеджмент рекламной деятельности			
Тема 1.1 Менеджмент: сущность и содержание	Содержание учебного материала		
	1 Понятие и сущность менеджмента. Эволюция управленческой мысли. Зарубежный опыт менеджмента. Специфика менеджмента в России	4	2
	Практическая работа. Менеджмент: сущность и содержание	2	
Тема 1.2 Организация работы предприятия	Содержание учебного материала		
	1 Внешняя среда. Внутренняя среда. Организация работы предприятия.	3	2
	Практическая работа. Организация работы предприятия	2	
Тема 1.3 Процесс управления. Цикл менеджмента	Содержание учебного материала		
	1 Содержание процесса управления. Основные функции управления. Цикл менеджмента.	3	2
	Практическая работа. Процесс управления. Цикл менеджмента	2	
Тема 1.4 Стратегические и тактические планы в системе менеджмента	Содержание учебного материала		
	1 Стратегическое планирование (перспективное). Миссия предприятия. Цели предприятия. Анализ внешней среды. Анализ сильных и слабых сторон. Анализ альтернатив, выбор, реализация и оценка стратегии. Тактическое и текущее планирование. Основные этапы реализации текущих планов.	6	2
	Практическая работа. Стратегические и тактические планы в системе менеджмента	2	
Тема 1.5 Мотивация, потребности и делегирование	Содержание учебного материала		
	1 Мотивация. Потребности. Делегирование.	3	2
	Практическая работа. Мотивация, потребности и делегирование	2	
Тема 1.6 Система методов управления	Содержание учебного материала		
	1 Методы управления. Группы методов управления. Управление и типы характеров.	3	2
	Практическая работа. Система методов управления	2	
Тема 1.7 Коммуникативность	Содержание учебного материала		
	1 Информация в менеджменте и её виды. Коммуникация. Трансакционный анализ	4	2

		Практическая работа. Коммуникативность	2	
Тема 1.8 Деловое общение		Содержание учебного материала		
	1	Деловое общение. Правила ведения бесед и совещаний. Типы собеседников. Факторы повышения эффективности делового общения. Техника телефонных переговоров. Этапы и фазы делового общения.	6	2
		Практическая работа. Деловое общение.	2	
Тема 1.9 Принятие решений		Содержание учебного материала		
	1	Управленческое решение. Подходы к классификации управленческих решений. Методы принятия решений. Уровни принятия решений.	4	2
		Практическая работа. Принятие решений.	2	
Тема 1.10 Контроль и его виды		Содержание учебного материала		
	1	Контроль, его понятие. Этапы контроля. Технология и правила контроля. Виды контроля. Общие требования к эффективно поставленному контролю. Характеристика эффективного контроля. Итоговая документация по контролю.	6	2
		Практическая работа. Контроль и его виды	2	
Тема 1.11 Управление конфликтами и стрессами		Содержание учебного материала		
	1	Конфликты. Стресс.	3	2
		Практическая работа. Управление конфликтами и стрессами.	2	
Тема 1.12 Руководство: власть и партнёрство		Содержание учебного материала		
	1	Власть. Партнёрство.	3	2
		Практическая работа. Руководство: власть и партнёрство.	2	
Раздел 2. Экономические основы рекламной деятельности				
Тема 2.1 Основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики		Содержание учебного материала		
	1	Условия складирования рыночных отношений. Общая характеристика рыночного механизма. Спрос. Предложение. Равновесная цена. Спрос предприятия. Предложение предприятия. Понятие конкуренции. Виды конкуренции: функциональная, видовая, предметная. Чистая, монополистическая, олигополия, монополия. Сущность рынка и функции рынка. Виды рынков. Необходимость государственного вмешательства в экономику.	3	2
		Практическая работа. Семинар на тему «Основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики»	2	
Тема 2.2 Конкуренция в рыночной экономике		Содержание учебного материала		
	1	Конкуренция рекламной в деятельности. Виды конкуренции. Совершенная и несовершенная рыночная конкуренция. Изучение конкурентной среды.	3	2

		Практическая работа. «Конкурентоспособность рекламной организации»	1	
Тема 2.3 Издержки производства		Содержание учебного материала		
	1	Понятие издержки производства. Виды затрат рекламного предприятия. Классификация затрат на производство продукции в рекламной организации. Группировка затрат по экономическим элементам (смета затрат на производство). Группировка затрат по статьям калькуляции рекламной организации.	3	2
		Практическая работа. Презентации «Издержки производства»	1	
Тема 2.4 Ценовая политика рекламной организации		Содержание учебного материала		
	1	Выбор методов ценообразования и ценовой политики. Алгоритм расчета цены продаж на услугу. Методы ценообразования. Система управления доходами гостиницы. Сезонные скидки. Система «директ-костинг». Долгосрочный нижний предел цены. Краткосрочный нижний предел цены. Применение системы «директ-костинг». Особенности ценообразования в рекламной организации.	3	2
		Практическая работа. "Ценообразование рекламной продукции»	1	
Тема 2.5 Экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации: себестоимость, цена, прибыль и рентабельность		Содержание учебного материала		
	1	Понятие прибыль. Общая (валовая) прибыль. Основные методы планирования прибыли. Расчет плановой прибыли. Метод мультипликативного эффекта. Рентабельность общая. Фондоотдача. Фондоёмкость. Рентабельность продаж рекламной организации. Рентабельность основного капитала. Рентабельность собственного капитала.	3	2
		Практическая работа. Расчет себестоимости, цены, прибыли и рентабельности рекламной организации.	2	
Тема 2.6 Материально-техническая база рекламной организации		Содержание учебного материала		
	1	Сущность, назначение и состав основных средств. Износ и амортизация основных средств. Показатели использования основных производственных средств рекламной организации. Основные направления улучшения использования основных средств. Оборотные средства предприятия, их характеристика. Определение потребности предприятия в оборотных средствах. Управление дебиторской и кредиторской задолженностью. Показатели эффективности использования оборотных средств. Понятие инвестиций. Источники финансирования. Показатели эффективности капитальных вложений. Метод дисконтирования. Пути повышения эффективности капитальных вложений.	3	2
		Практическая работа. Современная материально-техническая база рекламной организации.	2	
Тема 2.7 Пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов		Содержание учебного материала		
	1	Понятие материальных ресурсов. Совершенствование управления материальными ресурсами. снабжение производства материальными ресурсами. Источники поступления материальных ресурсов. Анализ обеспеченности материальными ресурсами. Производственный персонал.	3	2

		Профессионально-квалификационная структура кадров. Численность персонала. Показатели динамики кадров. Понятие производительность труда. Методы измерения и оценки производительности труда. Факторы и резервы роста производительности труда. Сущность, состав, структура финансовых ресурсов предприятия. Основные источники финансовых ресурсов рекламного предприятия.		
		Практическая работа. «Трудовые ресурсы рекламной организации»	1	
Тема 2.8 Организация оплаты труда		Содержание учебного материала		
	1	Основная и дополнительная оплата труда. Тарифные и бестарифные системы оплаты труда. Минимальный размер оплаты труда. Формы заработной платы. Система повременной заработной платы. Системы сдельной заработной платы. Надбавки и доплаты. Бестарифные и смешанные системы. Должностные оклады. Премирование работников. Оплата труда сотрудникам рекламной организации.	3	2
		Практическая работа. Оплата труда в рекламной организации.	1	
Тема 2.9 Формирование хозяйственной стратегии рекламной организации		Содержание учебного материала		
	1	Сущность, виды и методы планирования Формирование хозяйственной стратегии. Функциональные стратегии Товарная стратегия предприятия. План производства и реализации продукции	3	2
		Практическая работа. Семинар на тему «Формирование хозяйственной стратегии рекламной организации»	2	
Работа над курсовым проектом			12	
1.Требования к написанию курсового проекта (работы) 2. Определение темы курсового проекта. Выделение проблемы. Постановка целей и задач курсового проекта (работы). 3.Определение источников информации. Оформление списка литературы. 4. Составление плана работы над курсовым проектом. 5.Выполнение теоретической части курсового проекта (работы). 6. Выполнение практической части курсового проекта (работы). 7.Оформление результатов исследования, формулирование выводов. 8.Подготовка презентации курсового проекта (работы). 9.Защита курсового проекта (работы).				
Самостоятельная работа обучающихся по МДК. 04.01 Презентация на тему «Структура менеджмента». Подготовка реферата на тему: «Основные тенденции в теории и практике управления рекламой на современном этапе». Написание эссе на тему: «Идеальное рекламное агентство». Анализ внутренней среды организации. Составление схемы на тему: «Основные параметры проектирования организационной структуры». Составление опорного конспекта на тему: «Концепция лидерского поведения» Составление таблицы: «Основные виды управленческих решений».			62	

<p>Написание эссе на тему: «Менеджер, его место и роль в организации».</p> <p>Подготовка доклада на тему: «Современные представления о стилях руководства».</p> <p>Подготовка опорного конспекта на тему: «Информационные технологии в менеджменте».</p> <p>Разработать систему вариантов антистресс.</p> <p>Эссе на тему «Каким должен быть лидер? Может это ты?»</p> <p>Подготовка докладов на темы: 1. Рыночная, административная и смешанная экономика. 2. «Плюсы» и «минусы» рыночной</p> <p>Составить ряд предложений по совершенствованию конкурентоспособности рекламного продукта.</p> <p>Составить опорный конспект на тему «Виды и формы кредита»</p> <p>Подготовить сообщение на тему «Инновации в деятельности рекламной организации»</p> <p>Составить план хозяйственной стратегии рекламной организации.</p>			
МДК. 04.02 Организация и проведение рекламных и PR- кампаний		222	
Введение	Содержание учебного материала:		
	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	2
	Лабораторные работы	-	
	<i>Практическая работа</i>	-	
Тема 1. PR-кампания: определение, сущностные характеристики, типология	Содержание учебного материала:		2
	1. Что такое PR. Определения, понятия. Краткая история появления и развития. PR в России. Цели, задачи, роль и функции PR. Виды PR. Реклама и PR в комплексе маркетинга.	2	2
	2. PR-кампания: определение, сущностные характеристики	2	2
	3. Виды PR-кампании. Основные типы PR-кампаний.	2	3
	Лабораторные работы	-	
	<i>Практическая работа №1. Разбор кейсов рекламных и PR-кампаний.</i>	2	3
	Контрольные работы	-	
Тема 2. Структура PR-кампании	Содержание учебного материала:		
	1. PR – кампания. Структура PR – компании. Коммуникационный комплекс RACE. Его составляющие элементы.	2	3
	2. Характеристика этапов PR-кампании.	2	3
	Лабораторные работы	-	
	<i>Практическая работа № 2. Разбор кейсов: «Самые успешные PR-кампании в мировой</i>	2	3

	практике».		
	Контрольные работы	-	
Тема 3. Коммуникационный аудит.	Содержание учебного материала:		
	1. Определение, значение, виды коммуникационного аудита.	2	2
	2. Понятие целевой аудитории. Методы исследований на данном этапе	2	
	Лабораторные работы	-	
	<i>Практическая работа № 3 "Исследование целевой аудитории с использованием методов. Защита практической работы"</i>	2	3
	Контрольные работы	-	
Тема 4. Ситуационный анализ.	Содержание учебного материала:		
	1. SWOT – анализ. Его применение на практике https://practicum-group.com/blogs/metod-swot-analiza/	2	2
	2. Самоанализ топ-менеджмента как необходимый инструмент диагностики ситуации и прогноза развития базисного субъекта PR. Выводы и использование результатов анализа	2	3
	Лабораторные работы	-	
	<i>Практическая работа №4 Изучение примеров SWOT – анализа</i>	2	3
	<i>Практическая работа №5 SWOT – анализ личности</i>	4	3
	Контрольные работы	-	
Тема 5. Стратегическое планирование.	Содержание учебного материала:		
	1. Постановка целей и задач, общая концепция PR-кампании. Творческий аспект стратегии. Целеполагание, как необходимое условие измеряемости результатов PR-кампании	2	3
	2. АСП-подход, планирование на основе выделения направлений деятельности, связанных с той или иной целевой аудиторией.	4	3
	Лабораторные работы	-	
	<i>Практическая работа №6 Разбор кейсов: «50 лучших проектов Национальной премии в области развития связей с общественностью «Серебряный Лучник», «Самые успешные PR-кампании в мировой практике». Книга https://www.e-reading.club/bookreader.php/50/Samy_e_ushpeshnye_PR-kampanii_v_mirovoii_praktike.html</i>	2	3
	<i>Практическая работа №7 Собеседование по теме</i>	2	3
	Контрольные работы	-	
Тема 6. Основные мероприятия и виды	Содержание учебного материала:		
	1. Использование СМИ в программах PR	4	2

информации по связям с общественностью	2.	Основные мероприятия по связям с общественностью. День открытых дверей, круглый стол	2	3
	3.	Контролируемая информация: ежегодные отчеты; фотоматериалы; пресс – релизы; медиа– киты; именные статьи; фитче; обзорные статьи; интервью; репортаж; брифинг; кейс – истории; web- сайт	4	3
	4.	Виды информации: корпоративная пропаганда; внутрифирменные публикации; политическая реклама; реклама благотворительных акций; частная реклама.	4	2
	<i>Практическая работа № 8</i> Разработка плана мероприятия "День открытых дверей"		4	3
	Контрольные работы		-	
Тема 7. Проведение организационно – представительских мероприятий. Виды рабочих мероприятий	Содержание учебного материала:			
	1.	Виды рабочих мероприятий: новостной повод, презентация, пресс – конференция, клубный вечер, деловой завтрак, благотворительность	6	3
	2.	Презентации. Виды презентаций. Исходная информация для проведения презентации. Планирование.	6	3
	3.	Организация пресс- конференций (планирование, обзор, составление плана и расписания предстоящей пресс- конференции; выбор места проведения; выбор выступающих; приглашенные лица; техническое обеспечение места проведения)	6	3
	<i>Практическая работа № 9</i> Подготовка презентации по теме, предложенной преподавателем (тема по выбору студента) и ее защита		2	3
	<i>Практическая работа №10</i> Разработка самопрезентации		2	3
	Контрольные работы		-	
Тема 8. Рекламы и выставки как главное мероприятие PR.	Содержание учебного материала:			
	1.	Классификация выставочных и ярмарочных мероприятий в России: по широте охвата; по тематике; по назначению; по времени действия	4	3
	2.	Цели участия в выставках: создание организации определенного имиджа; продвижение продукции; исследование рынка	4	3
	3.	Задачи, которые преследует организация, участвуя в выставке. Этапы процесса подготовки и участия в выставке или ярмарке. Анализ эффективности и результативности участия в выставке или ярмарке.	4	3
	<i>Практическая работа №11</i> Разработка плана участия в выставочном мероприятии		2	3
	Контрольные работы		-	
Тема 9. Методы и операции сбора PR – данных.	Содержание учебного материала:			
	1.	Методы сбора PR – данных и их характеристика	6	3
	<i>Практическая работа №12</i> Разработка необходимых материалов по методам сбора PR –		2	3

	данных (по выбору студента). Защита индивидуальных заданий с презентацией		
	<i>Практическая работа №13</i> Применение методов сбора PR – данных на практике (по выбору студента). Защита индивидуальных заданий с презентацией	2	3
	Контрольные работы	-	
Тема 10. Способы использования средств массовой информации в пиарлогии	Содержание учебного материала:		
	1. Способы использования СМИ в PR: по форме передачи сообщения; по типу СМИ; по функции взаимодействия со СМИ; по форме информации в СМИ; по содержанию сообщений.	8	3
	<i>Практическая работа № 14</i> Информационный мониторинг СМИ для сбора и анализа информации о деятельности конкурента. Анализ и защита результатов	2	3
	Контрольные работы	-	
Тема 11. Медиапланирование, как важнейший аспект стратегического планирования рекламных и PR-кампаний	Содержание учебного материала:		
	1. Виды данных и показатели, используемые в медиа - планировании. Медиа - обсчет, его основные параметры. Требования, предъявляемые к медиа - плану и способы его оптимизации	4	2
	<i>Практическая работа № 15</i> Разработка медиаплана продукции (услуг) для предприятия	2	3
	Контрольные работы	-	
	Самостоятельная работа обучающихся		
Тема 12. Формирование бюджета PR-кампании	Содержание учебного материала:		
	1. Подходы к формированию бюджета. Способы оптимизации бюджета PR-кампании.	4	2
	Лабораторные работы	-	
	<i>Практическая работа №16</i> "Анализ плана оптимизации бюджета PR-кампании "	2	3
	<i>Практическая работа №17</i> "Собеседование по теме"	2	3
	Контрольные работы	-	
	Самостоятельная работа обучающихся		
Тема 13. Оценка эффективности PR-кампании	Содержание учебного материала:		
	1. Подходы к оценке эффективности PR-деятельности. Оперативный контроль и поэтапная корректировка реализации PR-кампании	4	3
	2. Методика определения промежуточных и результирующих итогов кампании. Показатели оценки эффективности PR-кампании	4	3
	Лабораторные работы	-	
	<i>Практическая работа №18</i> Анализ показателей оценки эффективности PR-кампании	4	3
	<i>Практическая работа №19</i> Анализ примеров оценки эффективности PR-кампании	4	3

	Контрольные работы	-	
	Дифференцированный зачет	2	
Самостоятельная работа обучающихся: Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы Оформление отчета по практической работе и подготовка к ее защите Подготовка к практическим работам Разработка презентации для практической работы Завершение выполнения практической работы Самостоятельное изучение материала и конспектирование лекций по учебной и специальной литературе Оформление отчетов по практическим работам №18-19 , и подготовка к их защите. Подготовка к дифференцированному зачету.		74	
Учебная практика Виды работ на практике: -составление структуры работы предприятия. -работка стратегического плана предприятия. -определение мотивации в работе предприятия. -анализ коммуникативности в работе предприятия. -составление алгоритма системы принятия решений в процессе жизнедеятельности предприятия. -составление схемы форм и видов контроля на предприятии. -выстраивание структуры управления предприятием. -определение принципов работы организации в условиях рыночной экономики. -анализ показателей деятельности рекламной организации.		108	
Производственная практика (по профилю специальности) Виды работ на практике: - анализ организации работы предприятия, содержание процесса управления и основных функций управления; - стратегическое планирование (перспективное) организации с учётом его миссии, целей; - изучение системы методов управления организацией с учётом мотивации и потребностей; - изучение роли конкуренции в рыночной экономике, издержки производства, ценовую политику рекламной организации с целью определения методов ценообразования; - составление плана хозяйственной стратегии рекламной организации.		144	

УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

1. Реализация программы модуля предполагает наличие *учебных кабинетов*:

Проектирования рекламной продукции
Информатики и ИКТ

лабораторий:

компьютерной графики и видеомонтажа
фотолаборатории;

2. Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета

Производства рекламной продукции:

- электронные образовательные ресурсы;
- комплект учебно-методической документации;
- наглядные пособия

Информатики и ИКТ: компьютеры, принтер, сканер, проектор, программное обеспечение общего и профессионального назначения, Интернет, комплект учебно-методической документации.

Оборудование лабораторий и рабочих мест лабораторий:

- Дизайна рекламной продукции: электронные образовательные ресурсы, комплект плакатов, комплект учебно-методической документации.

Ламинатор DSB So Good 230 Super, Duplo Auto Bookie Pro брошюровщик, Электронная доска Panasonic UB-T780, Winon SH-7080 (трафаретный станок).

- Фотолаборатории: методические пособия по видеосъемке, проектор.

- Оборудование лаборатории видеомонтажа и рабочих мест мастерской: электронные образовательные ресурсы.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику, которую рекомендуется проводить рассредоточено или концентрированно.

4.2. Информационное обеспечение обучения. Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

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., Поляков В.А., Романов А.А. Технологии производства рекламной продукции: учебное пособие.-М.: Вузовский учебник, 2012
3. Замедлина Е.А. Реклама: учебное пособие.-М.: Риор, 2012 3. Мазилкина Е.И.: Основы рекламы: учебное пособие: альфа-м: инфра-м, 2013
4. Кузнецов И.Н. Управление продажами [Электронный ресурс] / И.Н. Кузнецов. - М. : Дашков и Ко, 2013. - 492 с.
5. Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г., Ольхова Л.А. Основы рекламы: учебное пособие.- М.: Издательство «Альфа – М», 2016
6. Хапенков В.Н. Организация рекламной деятельности: учебное пособие / В. Н. Хапенков, О. В. Сагинова, Д. В. Федюнин. - 4-е изд., стер. – М.: Академия, 2015.
7. 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

Дополнительная литература:

1. Поляков В.А., Романов А.А. Технологии производства рекламной продукции: Учеб. Пособие.- М. Вузовский учебник, 2016
2. Васильев Г.А. Основы рекламы: учебное пособие.- М.: ИНФРА-М, 2014
3. Антипов К. Основы рекламы: учебник.- М.: Дашков и К, 2014
4. Сулягин Ю.А., Петров В.В. – Реклама.- Учебник. СПб. Изд-во Михайлова В.А. 2016

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 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта и реализуется концентрированно.

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта 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 ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

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 Производство рекламной продукции осуществляется в форме экзамена квалификационного.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 4.1. Планировать	- рациональность построенного	Текущий контроль в

собственную работу в составе коллектива исполнителей.	плана для размещения и сопровождения заказа - самостоятельность при работе с нормативной документацией	<i>форме:</i> - <i>практических работ по темам профессионального модуля;</i> - <i>защита практических работ;</i> - <i>дифференцированный зачёт по разделу профессионального модуля</i> - <i>защита отчёта по практике</i>
ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	- рациональность построенного плана для размещения и сопровождения заказа - самостоятельность при работе с нормативной документацией	
ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	- достоверность и презентативность полученных данных - логичность и объем сделанных выводов - самостоятельность выполнения исследования - скорость определения и поиска нормативной документации	<i>Текущий контроль в форме:</i> - <i>практических работ по темам профессионального модуля;</i> - <i>защита практических работ;</i> - <i>дифференцированный зачёт по разделу профессионального модуля</i> - <i>защита отчёта по практике</i>

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.	- проявление стабильного интереса к профессиональной деятельности; - высокий уровень мотивации и готовности к творческой деятельности по выбранной специальности; - участие в работе кружков технического творчества; - наличие положительных отзывов по итогам производственной деятельности;	Наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практикам

	- участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах и т.п.	
ОК 02. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- обоснование выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области разработки рекламной продукции ; - демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач.	Формы контроля: - фронтальный; - групповой; - индивидуальный; -самоконтроль.
ОК 03. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Методы контроля: - опрос; -зачет по практическим занятиям;
ОК 04. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- нахождение и использование дополнительной литературы по современной методике производства рекламной продукции, методам конструктивного моделирования для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- защита проекта; -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 рекламных проектов.	
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	
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	Наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практикам
ОК 08. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием,	- планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня через разработку творческих проектов, разработку проектов, участие в семинарах	Формы контроля:

осознанно планировать повышение квалификации.	практикумах	<ul style="list-style-type: none"> - фронтальный; - групповой; - индивидуальный; -самоконтроль.
ОК 09. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> - проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности: модным тенденциям в мире рекламы, современным способам обработки изделий, актуальным разработкам по дизайну рекламы. 	<p>Методы контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> - опрос; -зачет по практическим занятиям; - защита проекта; -подготовка презентаций; - защита рефератов; -дифференцированный зачет по учебной и производственной практике (по профилю специальности)