

**Автономная некоммерческая организация профессионального образования  
«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»  
(АНО ПО «ПГТК»)**

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора  
по учебно-методической работе  
Елькина З.Д.

«28» февраля 2020 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ.04. «Организация и управление процессом изготовления  
рекламного проекта»**

для специальности  
**42.02.01 «Реклама»**  
(код и наименование специальности)

Квалификация выпускника  
**Специалист по рекламе**  
(базовая подготовка)

Форма обучения  
**Очная**

Пермь 2020

Рабочая программа профессионального модуля «ПМ.04. «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка) утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.05.2014 № 510.

Программа предназначена для студентов и преподавателей АНО ПО «ПГТК».

Автор – составитель: Андреева Е.И., ст. преподаватель

Рабочая программа профессионального модуля рассмотрена и одобрена на заседании кафедры общеобразовательных гуманитарных и социально-экономических дисциплин, протокол № 3 от «17» января 2020 г.

Рекомендована к утверждению педагогическим советом АНО ПО «ПГТК» (протокол от «21» февраля 2020 г. № 3).

## **ОГЛАВЛЕНИЕ**

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	13
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	13

# **1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

## **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа профессионального модуля (далее - программа) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть адаптирована для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

## **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:

В результате освоения модуля обучающийся должен **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.

В результате освоения модуля обучающийся должен **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.

В результате освоения модуля обучающийся должен **иметь практический опыт в**:

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

- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
- подготовки документации для регистрации авторских прав.

**1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 108 час, включая:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 108 час;
  - самостоятельная работа – 34 час
  - консультации – 2 час;
- учебной практики – 36 час.  
производственной практики – 72 час;

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности: **Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код профессиональных компетенций	Наименование результата обучения
<i>вид профессиональной деятельности: <b>Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта</b></i>	
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 СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Структура профессионального модуля «ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта»

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики).	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов) профессионального модуля, час.				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)	Всего, часов		
	ПМ. 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта	216	X	X	X	X	36	72
ПК 4.1.-4.3., ОК 1-11	МДК 04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	108	72	30	X	34	X	X
ПК 4.1.-4.3., ОК 1-11	Учебная практика	36	X	X	X	X	36	X
ПК 4.1.-4.3., ОК 1-11	Производственная практика	72	X	X	X	X	X	72
ПК 4.1.-4.3., ОК 1-11	Экзамен квалификационный	X	X	X	X	X	X	X
	<b>Всего:</b>	216	72	30	X	34	36	72

### 3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ) Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Осваемые компетенции
<b>МДК. 04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности</b>			
Введение	<b>Содержание учебного материала</b> Цель и задачи модуля «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта», его роль в формировании у студентов профессиональных компетенций. Краткая характеристика основных разделов модуля. Порядок и форма проведения занятий, особенности использования источников литературы и сети Интернет. Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов при изучении модуля.	4	ОК1-ОК11 ПК4.1
	<b>Самостоятельная работа</b> Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы. Подготовка сообщения по теме «История развития менеджмента в России».	4	
Тема 2. Менеджмент как наука, характерные черты современного менеджмента	<b>Содержание учебного материала</b> Понятие менеджмента, предпосылки его возникновения; его цели и задачи. Принципы и методы управления. Организация, как объект управления. Объекты и субъекты управления. Современные подходы к менеджменту: количественный, процессный, системный и ситуационный. Национальные особенности менеджмента. Проблемы менеджмента в России.	4	ОК1-ОК11 ПК4.1
	<b>Практические занятия</b> Создание модели менеджера. Деловая игра «Анализ возможностей применения китайского опыта управления в Российских условиях»	4	
	<b>Самостоятельная работа</b> «Роль менеджмента в области профессиональной деятельности». Поиск информации, подготовка реферата, компьютерной презентации. Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы.	2	
Тема 3. Менеджмент организации и ее среда	<b>Содержание учебного материала</b> Основные понятия менеджмента организации. Внутренняя и внешняя среда рекламной компании. 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	4	ОК1-ОК11 ПК4.1

	международный факторы. Характеристики внешней среды организации.		
	<b>Практические занятия</b> Рассмотреть ситуационные задачи и выявить влияние внешних и внутренних факторов на рекламные компании. Составление организационной структуры управления. Описание внешней и внутренней среды организации. Составление таблицы. Разработка кластера «Составляющие успеха организации».	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Работа с конспектами и со специальной литературой (по параграфам и главам, указанным преподавателем). Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций.	4	
Тема 4. Организация управления в рекламной сфере	<b>Содержание учебного материала</b> Управление коммуникациями в организации. Принятие решение в организации. Организационные структуры. Стратегическое управление. Мотивация сотрудников. Группы в организации. Самоменеджмент. Уровни принятий решений. Требования к управленческим решения в рекламном менеджменте. Классификация управленческих решений. Этапы рационального решения проблем. Методы принятия решений. Разновидности прогнозов при принятии решений.	6	ОК1-ОК11 ПК4.1, ПК4.2
	<b>Практические занятия</b> Построение планов «Стратегическое управление и планирование». Решение кейсов «Управленческие решения». Заполнение таблицы «Этапы и методы принятия решений в рекламном бизнесе».	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Работа с конспектами и со специальной литературой (по параграфам и главам, указанным преподавателем). Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций.	4	
Тема 5. Система мотивации труда	<b>Содержание учебного материала</b> 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.	4	ОК1-ОК11 ПК4.1, ПК4.2
	<b>Практические занятия</b> Решений кейсов «Мотивационный потенциал». Деловая игра «Мотивация работников предприятия». Выполнение заданий «Использование социогаммы и социоматриц в исследовании коллектива».	4	
	<b>Самостоятельная работа</b>	2	

	Подготовка сообщения по теме «Мотивация сотрудников», «Виды мотивации: материальная и нематериальная» поиск информации, подготовка сообщения, компьютерной презентации. Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы.		
Тема 6. Руководство: власть и партнерство	<b>Содержание учебного материала</b> 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.	4	ОК1-ОК11 ПК4.1, ПК4.2
	<b>Практические занятия</b> Заполнение таблицы «Стили руководства». Решение практических задач. Решение кейсов «Власть и ее реализация», «Разделим властные полномочия». Подготовка и проведение деловых совещаний и презентаций продуктов рекламной деятельности. Разработка рекомендаций «Деловое общение менеджера по рекламе».	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> 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.	2	
Тема 7. Рекламный рынок и рекламный продукт	<b>Содержание учебного материала</b> Рекламный рынок. Участники: рекламодатель. Рекламопроизводитель. Рекламораспространитель. Рекламный продукт. Мировой рынок рекламы. Тенденции развития. Российский рынок рекламы. Тенденции развития. Планирование рекламной компании. Классификация рекламных компаний. Планирование рекламных мероприятий. Цели рекламной компании. Этапы разработки рекламной компании. Представление плана рекламной кампании клиенту. 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.	4	ОК1-ОК11 ПК4.1, ПК4.2
	<b>Практические занятия</b> Определение стратегии рекламной компании рабочей группы. Определение этапов и сроков рекламной компании. Разработка товарного знака. Классифицировать рекламные кампании по их краткому описанию (по целям, территориальному охвату, интенсивности воздействия). Анализ текущих телевизионных рекламных кампаний с выделением основных рекламных сообщений. Письменная работа определения целей кампании через основное рекламное сообщение. Дается описание продукта (услуги) и цели рекламной кампании. Необходимо составить краткий план рекламной кампании. Подготовка аналитической записки по рекламе, размещенной на эфирных и неэфирных каналах.	4	
	<b>Самостоятельная работа</b>	4	

	Работа с конспектами и со специальной литературой (по параграфам и главам, указанным преподавателем). Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций.		
Тема 8. Рекламный бюджет	<b>Содержание учебного материала</b> Рекламный бюджет. Общие положения о рекламном бюджете. Методы формирования рекламного бюджета. Планирование и разработка рекламного бюджета.	4	ОК1-ОК11 ПК4.1, ПК4.2
	<b>Практические занятия</b> Решение практических задач. Подготовка медиапланов в рабочих группах. Анализ соотношения ценовых тарифов на Российском рекламном рынке с ценами на рекламу в других странах.	4	
	<b>Самостоятельная работа</b> Обзор расценок на услуги рекламных агентов на территории г. Перми, выполнение задания представить в виде таблицы. Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы.	4	
Тема 9. Оценка эффективности рекламы	<b>Содержание учебного материала</b> 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.	4	ОК1-ОК11 ПК4.1, ПК4.2
	<b>Практические занятия</b> Расчет экономической эффективности рекламы. Оценка эффективности видов и средств (носителей) рекламы.	4	
	<b>Самостоятельная работа</b> Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы.	4	
Тема 10. Рекламный продукт – объект интеллектуальной собственности	<b>Содержание учебного материала</b> Понятие и виды товарных знаков и знаков отличия. Правовая защита авторских прав на товарный знак. Правила оформления документации и подачи документов на регистрацию товарного знака.	4	ОК1-ОК11 ПК4.1, ПК4.2, ПК4.3
	<b>Практические занятия</b> Подготовить пакет документов для регистрации товарного знака.	4	
	<b>Самостоятельная работа</b> Работа с IV частью Гражданского кодекса РФ, регулирующего защиту интеллектуальной собственности (по параграфам и главам, указанным преподавателем). Изучение правил регистрации товарных знаков на сайте ФИПС. Подготовка к дифференцированному зачету.	4	
<b>Консультация</b>		2	
<b>Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет</b>			ОК1-ОК11 ПК4.1, ПК4.2, ПК4.3
<b>Учебная практика</b>		<b>36</b>	

	<b>Виды работ</b> Анализ организационно-правовой форма, структура, функции, основные направления деятельности организации. Подготовка основных видов документов по сопровождению взаимодействия рекламного агентства (группы исполнителей) с рекламодателем, подрядчиками, субъектами договорных отношений. Подведение итогов практики и систематизация документов по практике.	30	ОК1-ОК11 ПК4.1, ПК4.2, ПК4.3
	Написать отчет о прохождении практики.	4	
	Дифференцированный зачет	2	
<b>Производственная практика (по профилю специальности)</b>		72	
	<b>Виды работ</b> Характеристика предприятия: название; форма собственности; вид деятельности. Основные показатели деятельности компании: занимаемая доля рынка; объемы производства и реализации. Исследование маркетинговой деятельности. Организационная служба маркетинга: структура отдела; должностные инструкции сотрудников отдела. Рассмотрение системы и способа взаимодействия между подразделениями, распределения функциональных обязанностей при подготовке совместных рекламных проектов. Изучение практики соблюдения защиты потребителей от недобросовестной рекламы.	66	ОК1-ОК11 ПК4.1, ПК4.2, ПК4.3
	Написать отчет о прохождении практики.	4	
	Дифференцированный зачет	2	
	<b>Экзамен квалификационный</b>		

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

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

Реализация программы модуля предполагает наличие кабинета – экономики и менеджмента.

#### **Комплект учебно-методической документации:**

- презентационный материал;
- учебно-методическая документация.

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

#### **Основные источники:**

1. Блюм М.А. Маркетинг рекламы: учебное пособие / М.А. Блюм, Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова. - 2-е изд. - М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020. - 144 с. - (Среднее профессиональное образование). - Текст: электронный // [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106582.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Богацкая С.Г. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие. - М.: Университетская книга. 2020. - 368 с. - Текст: электронный // [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106582.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Кузьмина Е.Е. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е.Е. Кузьмина. - М.: Издательство Юрайт, 2018. - 383 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-9916-8980-9. - Текст: электронный // [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106582.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Маркетинг PR и рекламы: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Маркетинг" / Синяева И.М., Маслова В.М., Романенкова О.Н.; Под ред. Синяевой И.М. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-238-02194-2 - Текст: электронный // [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106582.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
5. Нархов Д.Ю. Реклама: управленческий аспект: Учебное пособие / Нархов Д.Ю., - 2-е изд., стер. - М.: Флинта, Изд-во Урал. ун-та, 2017. - 263 с. ISBN 978-5-9765-3181-9. - Текст: электронный // [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106582.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
6. Правовое регулирование рекламной деятельности: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / Н.Д. Эриашвили [и др.]. - М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2017. - 240 с. - ISBN 978-5-238-01546-0. - Текст: электронный // [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106582.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
7. Синяева И.М. Маркетинг услуг / Синяева И.М., Романенкова О.Н., Синяев В.В., - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 252 с.: ISBN 978-5-394-02723-9. - Текст: электронный // [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106582.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
8. Иванова, В. А. Исследования в маркетинге и рекламе : учебное пособие / В. А. Иванова. — Москва : Дело, 2019. — 114 с. — ISBN 978-5-85006-183-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/109864.html> (дата обращения: 15.02.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

#### **Дополнительные источники**

1. Беквит Г. Четыре ключа к маркетингу услуг: Учебное пособие / Беквит Г., - 3-е изд. - М.: Альп. Бизнес Букс, 2016. - 252 с. ISBN 978-5-9614-5758-2. - Текст: электронный // [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106582.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Дорский А.Ю. Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью: учебное пособие / А.Ю. Дорский. - СПб: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2019. -

216 с. - ISBN 978-5-288-05937-7. - Текст: электронный // [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106582.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Дударова Б.О. Правовое регулирование рекламной деятельности: курс лекций / Б.О. Дударова, С.А. Пузыревский; отв. ред. С.А. Пузыревский.- М.: Норма: ИНФРА-М, 2018. - 256 с. - ISBN 978-5-91768-522-9. - Текст: электронный // [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106582.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Наумов В.Н. Маркетинг: Учебник / Наумов В.Н. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 320 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-010921-3. - Текст: электронный // [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106582.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Синяева И.М. Маркетинг в предпринимательской деятельности / Синяева И.М., - 5-е изд. – М.: Дашков и К, 2017. - 266 с.: ISBN 978-5&394-02393-4. - Текст: электронный // [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106582.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Тимофеев М.И. Маркетинг: Учебное пособие / Тимофеев М.И., - 3-е изд. – М.: ИЦ ПРИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 223 с. (ВПО: Бакалавриат) ISBN 978-5-369-00402-9. - Текст: электронный // [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106582.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7. Эйнштейн М. Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете / Эйнштейн М. - М.: Альпина Паблишер, 2017. - 301 с. ISBN 978-5-9614-6243-2. - Текст: электронный // [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106582.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8. Зубанова, Л. Б. Рейтинговые исследования в социологии массовых коммуникаций : учебное пособие по дисциплине «Социология коммуникаций» по специальности 040201 Социология / Л. Б. Зубанова. — Челябинск: Челябинская государственная академия культуры и искусств, 2011. — 81 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/120592.html> (дата обращения: 15.02.2020). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

9. Алексеев, С. А. Анализ данных в социологии: учебно-методическое пособие / С. А. Алексеев ; под редакцией Л. Г. Шевчука. — Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2019. — 92 с. — ISBN 978-5-7882-2617-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/100514.html> (дата обращения: 15.02.2020). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

10. Гридина, В. В. Социология: методология, методы и техника проведения теоретико-прикладного исследования : учебно-методическое пособие / В. В. Гридина. — Самара : Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2020. — 95 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/105071.html> (дата обращения: 15.02.2020). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

11. Евдокимов, В.А. Массмедиа в социокультурном пространстве : Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Магистратура).

#### **Интернет:**

1. <http://www.window.edu.ru> - «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
2. <http://www.edu.ru> - Российский портал открытого образования
3. <http://www.liber.rsuh.ru> - Электронная библиотека РГГУ
4. <http://www.znaniyum.com> - ЭБС «Знаниум»
5. <http://www.advttime.ru> - Время рекламы. Теория и практика рекламы. СМИ. РА.
6. <http://www.advi.ru> - Рекламные идеи. О брендинге и креативе.
7. <http://www.sostav.ru> - Состав. Реклама, маркетинг, PR.
8. <http://www.adindex.ru> Adindex. - Сайт о рекламе и маркетинге.

9. <http://www.advertology.ru> - Advertology. Наука о рекламе.
10. <http://www.advesti.ru> AdVesti. - Сайт, посвященный рекламодателям.
11. <http://www.media-online.ru> - Media-online. Все о рекламе.
12. <http://www.rwr.ru> - RWR. Реклама в России.
13. <http://www.akarussia.ru> - АКАР. Ассоциация Коммуникационных Агентств России.
14. <http://www.adme.ru> - Сайт о рекламе.
15. <http://www.reklamodatel.ru> - Рекламные идеи - YES!": профессиональный журнал о рекламе и маркетинге.
16. <http://www.es.ru>. - Журнал "Рекламодатель: теория и практика". Дизайн, фото, галереи.
17. [https://socioline.ru/files/5/50/fedotova\\_-\\_sociologiya\\_reklamnoy\\_deyatelnosti.pdf](https://socioline.ru/files/5/50/fedotova_-_sociologiya_reklamnoy_deyatelnosti.pdf) - учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама»
18. [https://www.marketing.spb.ru/lib-research/methods/collect\\_and\\_analysis.htm](https://www.marketing.spb.ru/lib-research/methods/collect_and_analysis.htm) - энциклопедия маркетинга

19. <https://www.vocabulary.ru> - национальная энциклопедическая служба

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

Учебный процесс по программе подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки) проводится с использованием как традиционных (лекции, практические занятия и т. п.), так и инновационных (использование мультимедийных средств, интерактивное обучение, работа в сети Интернет и т. п.) форм и технологий образования.

Освоение программы модуля «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта» базируется на изучении общепрофессиональных дисциплин.

Реализация программы модуля предполагает учебную и производственную (по профилю специальности) практику. Реализация программы производственной (по профилю специальности) практики предполагает наличие следующих баз практики:

- рекламные агентства Пермского края,
- рекламных отделы печатных и электронных средств массовой информации,
- отделы рекламы и маркетинга компаний разных форм собственности.

Аттестация по итогам учебной и производственной (по профилю специальности) практики проводится на основании результатов, подтверждаемых отчётами практики студентов, а также отзывами руководителей практики на студентов.

Реализация модуля должна обеспечиваться доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам по перечню основной и дополнительной литературы, доступом в Интернет. Каждый обучающийся должен быть обеспечен не менее чем одним учебным печатным и/или электронным изданием по каждой дисциплине профессионального учебного цикла и одним учебно-методическим печатным и/или электронным изданием по каждому междисциплинарному курсу (включая электронные базы периодических изданий). Библиотечный фонд должен быть укомплектован изданиями основной и дополнительной учебной литературы (изданными за последние 5 лет), а также справочными, библиографическими и периодическими изданиями.

Реализация программы ПМ предусматривает самостоятельную работу обучающихся.

Изучение программы модуля завершается промежуточной аттестацией в форме экзамена квалификационного для оценки усвоения общих и профессиональных компетенций по модулю.

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

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования. Преподаватели проходят стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Образовательная организация, реализующая подготовку по программе профессионального модуля, обеспечивает организацию и проведение текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль осуществляется преподавателем в процессе обучения.

Студенты проходят промежуточную аттестацию по ПМ 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта, которая направлена на проверку готовности обучающегося к выполнению указанного вида профессиональной деятельности и сформированной у него компетенций, определенных в разделе 2.

Промежуточная аттестация по МДК 04.01 – дифференцированный зачет.

Промежуточная аттестация по учебной и производственной практике – дифференцированный зачет.

Обучение по профессиональному модулю завершается экзаменом квалификационным, который проводит экзаменационная комиссия.

Для текущего контроля и промежуточной аттестации образовательной организацией создаются фонды оценочных средств (ФОС). ФОС включают в себя материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям результатов подготовки (таблицы).

<b>Результаты (освоенные профессиональные компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- планирование индивидуальной работы менеджера;</li> <li>- определение факторов, снижающих рациональность использования рабочего времени;</li> <li>- демонстрация знаний о видах разделения труда в рекламных предприятиях;</li> </ul>	Экспертная оценка деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: - на практических занятиях, - при выполнении работ на занятиях, - при выполнении самостоятельной работы; - при выполнении работ на различных этапах учебной и производственной практики, - при проведении: дифференцированного зачета, экзамена квалификационного
ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- изготовление рекламной продукции;</li> <li>- ее оценка и анализ на предмет соответствия рекламной идее;</li> <li>- формулирование выводов;</li> <li>- обоснованность выбора методов и технологии осуществления контроля;</li> </ul>	
ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- грамотность оформления документации в соответствии с действующим законодательством;</li> <li>- правильность, полнота и обоснованность при подготовке документации для реализации авторских прав.</li> </ul>	

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

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- участие в работе научно-студенческих обществ,</li> <li>- выступление на научно-практических конференциях,</li> <li>- участие во внеурочной деятельности, связанное с будущей специальностью (посещение профессиональных выставок, участие в конкурсах профессионального мастерства).</li> </ul>	<p>Экспертная оценка деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- на практических занятиях,</li> <li>- при выполнении работ на занятиях,</li> <li>- при выполнении самостоятельной работы;</li> <li>- при выполнении работ на различных этапах учебной и производственной практики,</li> <li>- при проведении: дифференцированного зачета, экзамена квалификационного</li> </ul>
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выбор применения методов и способов решения профессиональных задач, оценка их эффективности и качества.</li> </ul>	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- анализ профессиональных ситуаций,</li> <li>- решение стандартных и нестандартных задач.</li> </ul>	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- эффективный поиск необходимой информации,</li> <li>- использование различных источников, включая Интернет, при изучении теоретического материала и прохождение различных этапов производственной практики.</li> </ul>	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использование в учебной и профессиональной деятельности, различных видов программного обеспечения, в том числе специального, при оформлении и презентации всех видов работ.</li> </ul>	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	<p>Взаимодействие:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- с обучающимися при выполнении коллективных заданий (проектов),</li> <li>- с преподавателями, мастерами в ходе обучения,</li> <li>- с потребителями и коллегами в ходе производственной практики.</li> </ul>	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- самоанализ и коррекция результатов собственной деятельности при выполнении коллективных заданий (проектов),</li> <li>- ответственность за результат выполнения заданий (проектов).</li> </ul>	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и	<ul style="list-style-type: none"> <li>- планирование и качественное выполнение заданий для самостоятельной работы при</li> </ul>	

личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	изучении теоретического материала и прохождение различных этапов производственной практики, - определение этапов и содержание работы по реализации самообразования.	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	- адаптация к изменяющимся условиям профессиональной деятельности, - проявление профессиональной маневренности при прохождении различных этапов производственной практики.	
ОК 10 Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	-демонстрация готовности принимать решения в условиях изменяющихся рыночных отношений, усиливающейся конкуренции и нести за них ответственность	
ОК 11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	-использование приемов межличностного общения в процессе обучения -умение преодолевать коммуникативные барьеры	

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п.п.	Содержание изменения	Дата, номер протокола заседания кафедры, подпись зав.кафедрой
1	2	3
1		
2		
3		
4		