АННОТАЦИЯ
рабочей программы
ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ (20032 АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ)

Освоение содержания профессионального модуля «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (20032 Агент рекламный)», обеспечивает достижение студентами следующих предметных результатов:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь**:

-осуществлять в качестве посредника работу по представлению и продвижению товаров, услуг, коммерческих идей, выполнению комплекса мер, направленных на содействие их реализации или достижение других маркетинговых задач, соблюдая действующие этические нормы рекламирования товаров, услуг;

-информировать потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях, раскрывая (не присущие другим) их специфические особенности, о практическом использовании объекта рекламы, убеждение их, что именно этот товар (услуга, идея) ему нужны;

стимулировать потребителя повторно делать покупки товара и обращаться за услугами;

-выделять объект рекламы из массы сообщений, циркулирующих в средствах массовой информации, характеристику его дополнительных отличительных потребительских качеств, преимуществ на рынке товаров и услуг, создать спрос и побудить покупателей и потребителей к заключению сделки;

-принимать меры по обеспечению участия потенциальных покупателей и потребителей в презентациях товаров и услуг, а также проводимых ярмарках, выставках, экскурсиях на предприятия, изготавливающие рекламируемую продукцию;

-осуществлять работу по популяризации предприятия-изготовителя, его коммерческих связей, принципов, положенных в основу его деятельности, направленную на формирование благожелательного отношения покупателей и потребителей и обеспечение престижа рекламодателя;

-проводить разъяснительную работу среди покупателей и потребителей товаров о гарантиях, правах и способах защиты их интересов;

-самостоятельно изучать передовой отечественный и зарубежный опыт организации рекламной работы, освоение новых видов рекламы, обеспечивающих выделение и продвижение рекламируемого объекта на внутреннем и внешнем рынке товаров и услуг;

-осуществлять взаимодействие с другими агентами по рекламе;

составлять и заключать договоры или соглашения на осуществление работ;

-участвовать в реализации перспективных планов подготовки и размещения рекламы с учетом характера спроса (равномерного или сезонного) на товары (услуги);

-устанавливать связи со средствами массовой информации, иными каналами коммуникаций по вопросам размещения и распространения рекламы;

-составлять отчеты о результатах выполненных работ по продвижению товаров, услуг, коммерческих идей;

-проводить презентацию результатов выполненных работ;

-участвовать в работе по повышению эффективности рекламы и снижению

затрат, связанных с рекламой

знать:

-нормативные правовые акты, положения, инструкции, другие руководящие материалы и документы, касающиеся торговой деятельности, деятельности агента рекламного;

-законодательство о рекламе, правах потребителей;

-систему маркетинговых коммуникаций;

-виды рекламы;

-основы организации рекламной деятельности;

-перспективы развития отрасли, предприятия, учреждения, организации, - производящих рекламируемую продукцию и оказывающих услуги;

-номенклатуру и ассортимент выпускаемой продукции и выполняемых услуг, основные их характеристики;

-действующие ценники и прейскуранты;

-методику выявления требований потенциальных покупателей (заказчиков) к производимой продукции, оказываемым услугам;

-основы психологии;

-технологии изготовления рекламных продуктов;

-методику расчета стандартных затрат на изготовление и размещение рекламной продукции;

-правила распространения рекламы;

-основы организации связи со средствами массовой информации, иными - каналами распространения рекламы;

-методы расчета эффективности затрат на рекламу;

-методы совершенствования продвижения товаров, услуг, коммерческих идей;

-правила создания презентации с применением прикладных компьютерных программ;

-гражданское законодательство Российской Федерации;

-приемы и методы делового общения и ведения переговоров;

корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность агента рекламного;

-правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности.

В результате изучения профессионального модуля «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (20032 Агент рекламный)» обучающийся должен обладать общими и профессиональными компетенциями:

ПК 5.1 Осуществлять в качестве посредника работу по представлению и продвижению товаров, услуг, коммерческих идей;

ПК 5.2 Участвовать в реализации перспективных планов подготовки и размещения 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.

Одними из рассматриваемых тем профессионального модуля являются: основные рабочие понятия в рекламной деятельности, эволюция развития маркетинга и рекламы в его составе; объекты маркетинговых исследований, маркетинговые исследования: содержания и методы, понятие информации и подготовка к еѐ сбору, методология сбора информации, особенности построения рекламного текста.

Место профессионального модуля в структуре ППССЗ Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО: 42.02.01 Реклама. Профессиональный модуль относится к профессиональному циклу программы подготовки специалистов среднего звена и направлен на формирование навыков выполнения работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (20032 Агент рекламный)