

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования «Саратовский государственный технический
университет имени Гагарина Ю.А.»

Профессионально-педагогический колледж

УТВЕРЖДАЮ

Директор
Профессионально-педагогического
колледжа СГТУ имени Гагарина Ю.А.
Т.И. Кузнецова
«29» _____ 2023 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ
ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**
специальность
42.02.01 РЕКЛАМА

Рабочая программа рассмотрена
на заседании цикловой методической комиссии
экономических специальностей
протокол № 12 от «06» 06 2023 г.
Председатель ЦМК _____ Т.Л. Ермак

Саратов 2023

Рабочая программа профессионального модуля разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама, утверждённого приказом Министерства образования и науки РФ от 12.05.2014 г., № 510.

Разработчик программы: Нихо Рузалия Назымовна - преподаватель ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Рецензенты:

Внутренний Курдюкова Т.И. – преподаватель ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Внешний Комарова Е.А. – Генеральный директор «Дизайн студия - С»

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|-----------|
| 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 4 |
| 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 6 |
| 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 7 |
| 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) | 17 |

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

1.1. Область применения программы

Рабочая профессионального модуля ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности: «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта».

1.2. Место профессионального модуля в структуре ПССЗ

Профессиональный модуль входит в профессиональный цикл.

1.3. Цели и требования к результатам освоения профессионального модуля

Изучение профессионального модуля направлено на освоение основного вида деятельности 5.4.2 .Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

1.3.1. Перечень общих компетенций

| Код | Наименование результата обучения |
|--------|--|
| 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 |
|--------|--|

1.3.2. Перечень профессиональных компетенций

| 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. |

1.3.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

| | |
|--------------------------------|---|
| иметь практический опыт | <ul style="list-style-type: none"> – 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 | <ul style="list-style-type: none"> – 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 | <ul style="list-style-type: none"> - задачи, цели и общие требования к рекламе; - основные направления рекламной деятельности; - виды рекламной деятельности; - структуру рекламного рынка. |

1.4. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 509 часов, включая:
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 243 часа;
 самостоятельной работы обучающегося – 122 часа;
 учебной практики – 72 часа.
 производственной практики (по профилю специальности) – 72 часа.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

| Коды профессиональных и общих компетенций | Наименование разделов профессионального модуля | Суммарный объем нагрузки, час. (максимальная учебная нагрузка и практики) | Объем времени, отведенный на освоение МДК | | | | | | | | Практика | | |
|---|---|---|---|--|--|---|--|-------------------------------------|---|--------------|----------|---|-----------|
| | | | Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося | | | | | Самостоятельная работа обучающегося | | Консультации | | | |
| | | | Всего часов | в т.ч. лаборат. занятия (если предусмотрено) часов | в т.ч. практич. занятия (если предусмотрено) часов | в т.ч., курсовая работа (проект) (если предусмотрено) часов | в т.ч. семинар. занятия (если предусмотрено) часов | Всего часов | в т.ч., курсовая работа (проект) (если предусмотрено) часов | | 12 | Производственная (по профилю специальности) часов | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | |
| ОК 1-11 ПК 4.1-4.3 | МДК 04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности | 257 | 171 | | 95 | | | | 86 | | | | |
| | МДК 04.02. Рекламная деятельность | 108 | 72 | | 36 | | | | 36 | | | | |
| | Учебная практика | 72 | | | | | | | | | | 72 | |
| | Производственная практика (по профилю специальности) | 72 | | | | | | | | | | | 72 |
| | Всего: | 509 | 243 | | | | | | | | | 72 | 72 |

2.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

| Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем | Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, Самостоятельная работа обучающихся обучающегося, курсовая работа (проект) (если предусмотрены), иные виды учебной работы в соответствии с учебным планом | Объем часов | Уровень освоения | Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программ |
|---|---|-------------|------------------|--|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| МДК 04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности | | | | |
| <i>Глава 1. Введение в теорию менеджмента в рекламе</i> | | | | |
| Тема 1.1. Общая теория управления в рекламе | Содержание учебного материала | 8 | | ОК 01-11, ПК 4.1-4.3 |
| | Понятие менеджмента в рекламе. Подходы к пониманию менеджмента. Особенности управления в рекламе. | 2 | 1 | |
| | Роли руководителя в рекламных организациях. Разделение труда в управлении. | 2 | | |
| | Практическое занятие № 1 Оценка современного рекламного менеджмента | 4 | 2 | |
| Тема 1.2. Эволюция менеджмента в индустриальный период развития общества. | Содержание учебного материала | 6 | | |
| | История возникновения и эволюция менеджмента. Школы менеджмента. Школа научного управления. Административная школа менеджмента. «Неоклассическая» школа управления. Школа «человеческих отношений». Вклад школ менеджмента в теорию и практику управления. Современные подходы в менеджменте (процессный, системный, ситуационный), их сущность и основные отличия. Особенности современного менеджмента, его сущность и перспективы развития. Национальные особенности менеджмента. Сравнительный анализ японского и американского менеджмента. Управленческие идеи в России. Использование мирового опыта менеджмента в условиях России. Особенности российского менеджмента. | 2 | 1 | |
| | Практическое занятие № 2 Руководство: власть и лидерство в организации | 4 | 2 | |
| <i>Глава 2. Понятие рекламной организации в менеджменте</i> | | | | |
| Тема 2.1 Рекламная организация как объект | Содержание учебного материала | 8 | | |
| | Понятие организации. Классификация и характеристики организаций. | 2 | 1 | |
| | Новые организационные формы. Модели организаций в структуре управления | 2 | | |
| | Практическое занятие № 3 Анализ системы методов управления в организации | 4 | 2 | |

| | | | | |
|--|---|----|---|-------------------------|
| управления | | | | ОК 01-11, ПК 4.1-4.3 |
| Тема 2.2. Факторы внутренней среды рекламной организации | Содержание учебного материала | | 1 | |
| | Содержание учебного материала | 8 | | |
| | Цель как внутренняя переменная. Внутренние и внешние цели. Форма организации производственного процесса как основа формулирования цели. Понятие и основные характеристики структуры рекламных организаций. Понятие и основные характеристики задач рекламных организаций. | 2 | 1 | |
| | Результат производства как внутренняя переменная. Место менеджера в рекламной организации. Понятие и основные характеристики технологии применяемой в рекламном бизнесе. Классификация технологий. Классификация отраслей по применяемым технологиям. | 2 | | |
| | Практическое занятие № 4 Исследование корпоративной культуры организаций в сфере рекламы | 4 | 2 | |
| Тема 2.3. Внешняя среда рекламной организации | Содержание учебного материала | 8 | | |
| | Роль внешнего окружения в деятельности организации. Характеристики внешней среды. | 2 | 1 | |
| | Среда прямого и косвенного воздействия. Понятие и состав среды прямого воздействия. Понятие и состав среды косвенного воздействия. | 2 | | |
| | Практическое занятие № 5 Особенности факторов прямого и косвенного воздействия внешней среды. | 4 | 2 | |
| Тема 2.4. Понятие и свойство систем | Содержание учебного материала | 6 | | |
| | Понятие и элементы системы. Характеристики системы. Классификация систем. Социально-экономические системы. | 2 | 1 | |
| | Практическое занятие № 6 Исследование методов воздействия на управляемую систем | 4 | 2 | |
| Глава 3. Структура организации | | | | |
| Тема 3.1 Организация взаимодействий и полномочий в рекламных организациях | Содержание учебного материала | 8 | 1 | |
| | Виды полномочий, распределение функций, ответственности, обязанностей | 2 | | |
| | Организация работы предприятия. Понятие, особенности. | 2 | | |
| | Практическое занятие № 7 Принятие решения по организации выполнения организационных задач, стоящих перед структурным подразделением | 4 | 2 | |
| Тема 3.2 Создание организации | Содержание учебного материала | 10 | | |
| | Структурное проектирование организации. Бюрократические организационные структуры. Причины широкого распространения. Недостатки бюрократических организаций. Линейные, функциональные и линейно-функциональные организации. | 2 | 1 | |

| | | | | |
|--|--|----------|---|-------------------------|
| | Достоинства и недостатки. Дивизиональные структуры. Причины появления. Достоинства и недостатки. Структура организаций, функционирующих на мировом рынке. | | | ОК 01-11, ПК 4.1-4.3 |
| | Причины появления адаптивных организационных структур. Принципы адаптивных структур. Проектные организации. Сущность, достоинства и недостатки. Матричные организации. Сущность, достоинства и недостатки. Организации типа конгломерата. Сущность, достоинства и недостатки. Централизация и децентрализация. Достоинства и недостатки. Интегративные процессы в организации | 2 | | |
| | Практическое занятие № 8 Построение управленческих структур в рекламной организации. | 6 | 2 | |
| Тема 3.3 Коммуникация в рекламном бизнесе | Содержание учебного материала | 8 | | |
| | Роль коммуникаций в управлении. Связь с ролями менеджера и функциями управления. Неформальные коммуникации. Понятие и свойства. Механизм функционирования, особенности передаваемой информации. Возможности использования в процессе управления организацией. Понятие коммуникаций. Виды коммуникаций. Элементы и этапы коммуникационного процесса. | 2 | 1 | |
| | Шумы в коммуникации, причины появления шумов и способы борьбы с ними. Барьеры на пути межличностных коммуникаций. Восприятие. Семантика. Невербальные барьеры. Плохая обратная связь. Преодоление барьеров. Роль межличностных и организационных коммуникаций в процессе управления. Сложности и барьеры в организационных коммуникациях. Совершенствование коммуникаций в организации. | 2 | | |
| | Практическое занятие № 9 Составление плана деловой беседы с заказчиком | 4 | 2 | |
| Глава 4. Принятие управленческих решений в рекламной деятельности | | | | |
| Тема 4.1. Принятие решений в рекламном бизнесе | Содержание учебного материала | 8 | | |
| | Понятие и роль организационных решений. Типы управленческих решений. Среда принятия решений. Этапы принятия рационального решения. Понятие процесса принятия решений. Факторы влияния для процесса принятия управленческих решений. | 2 | 1 | |
| | Практическое занятие № 10 Решение ситуационных задач по принятию управленческих решений | 6 | 2 | |
| Тема 4.2. Роль вероятности в принятии решений | Содержание учебного материала | 2 | | |
| | Определение вероятностей. Роль случая в управленческом решении. Закон больших чисел. Модели в принятии решений. Вероятности зависимых и независимых решений. | 2 | 1 | |
| Тема 4.3. Роль личности в принятии решений | Содержание учебного материала | 8 | | |
| | Интуиция в принятии вероятностных решений. Использование моделей в принятии решений. | 2 | 1 | |
| | Практическое занятие № 11 Формирование рекомендаций по совершенствованию | 6 | 2 | |

| | | | | |
|---|---|----------|---|-------------------------|
| | деятельности менеджера | | | ОК 01-11, ПК 4.1-4.3 |
| Тема 4.4. Прогнозирование | Содержание учебного материала | 6 | | |
| | Модели и методы принятия решений Моделирование. Виды моделей. Этапы построения модели. Причины неэффективного моделирования. Методы прогнозирования. | 2 | 1 | |
| | Практическое занятие № 12 Моделирование ситуаций в процессе принятия решений | 4 | 2 | |
| Тема 4.5. Мотивация в системе менеджмента | Содержание учебного материала | 6 | | |
| | Понятие мотивации. Роль мотивационного процесса в управлении. Первичные и вторичные потребности. Побуждения и вознаграждение. Закон результата. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации. | 2 | 1 | |
| | Практическое занятие № 13 Решение ситуационных задач по оценке систем мотивации | 4 | 2 | |
| Глава 5. Роль и место рекламы в рыночной экономике | | | | |
| Тема 5.1 Классификация рекламной деятельности и ее принципы | Содержание учебного материала | 8 | | ОК 01-11, ПК 4.1-4.3 |
| | Реклама в нашей стране и за рубежом. Классификация рекламной деятельности и ее принципы | 2 | 1 | |
| | Особенности современного рекламного процесса. Характеристика рекламодателя, рекламного агентства, средств распространения рекламы и потребителя. | 2 | | |
| | Практическое занятие № 14 Методы определения объекта рекламы | 4 | 2 | |
| Тема 5.2 Рекламная деятельность в системе маркетинга | Содержание учебного материала | 6 | | |
| | Реклама как инструмент и составная часть маркетинга. Формирование спроса и стимулирование сбыта продукции – важнейшая функция рекламы. Связь с потребителем с помощью рекламы | 2 | 1 | |
| | Практическое занятие № 15 Анализ управления рекламными кампаниями в условиях перехода к рыночным отношениям в современной России | 4 | 2 | |
| Глава 6. Реклама и общественное мнение | | | | |
| Тема 6.1 Реклама как составная часть общественного мнения | Содержание учебного материала | 6 | | |
| | Направления воздействия фирмы на общественное мнение. Доверие покупателя к изготовителю и продавцу. Престиж рекламы и ее функциональность. | 2 | 1 | |
| | Практическое занятие № 16 Исследование отношений общественности к рекламе | 4 | 2 | |
| Тема 6.2 Фирменный стиль в рекламе: товарные знаки, логотипы | Содержание учебного материала | 8 | | |
| | Рекламная способность товарных знаков и логотипа. Спонсорство в рекламной деятельности. Рекламный слоган: разработка и использование. | 2 | 1 | |
| | Ориентация на потребителя, основные задачи спонсорства. Спонсорство в спорте, культуре, социальной сфере | 2 | | |
| | Практическое занятие № 17 Определение особенностей рекламирования выбранного объекта | 4 | 2 | |

| | | | | |
|---|--|----------|---|-------------------------|
| Глава 7. Организация рекламной деятельности | | | | ОК 01-11, ПК 4.1-4.3 |
| Тема 7.1 Организация рекламодателя | Содержание учебного материала | 6 | | |
| | Организационные функции фирм рекламодателей их характеристика. | 2 | 1 | |
| | Практическое занятие № 18 Определение наиболее эффективных средств распространения рекламы | 4 | 2 | |
| Тема 7.2 Организационная структура рекламной службы фирмы | Содержание учебного материала | 2 | 1 | |
| | Факторы, определяющие рекламную службу. Зависимость организационной структуры рекламной службы от схемы организации маркетинговой службы. | 2 | | |
| Тема 7.3 Формирование рекламного бюджета | Содержание учебного материала | 8 | 1 | |
| | Экономическая природа расходов на рекламу. Процесс разработки рекламного бюджета Основные факторы, определяющие объем рекламных затрат. Методы определения рекламного бюджета. Особенности деятельности основных партнеров рекламодателей. | 2 | | |
| | Практическое занятие № 19 Расчет показателей объема сбыта и размера прибыли | 6 | | |
| Тема 7.4 Рекламная кампания | Содержание учебного материала | 2 | 1 | |
| | Виды рекламных кампаний. Этапы проведения рекламных кампаний Организация рекламных кампаний. Календарный график организации рекламной кампании. | 2 | | |
| Глава 8. Планирование рекламной деятельности | | | | |
| Тема 8.1 Рекламные исследования как основы планирования рекламной деятельности | Содержание учебного материала | 8 | 1 | |
| | Основные направления рекламных исследований. Этапы проведения рекламных исследований и его цели. | 2 | | |
| | Информация в рекламных исследованиях. Первичная и вторичная информация как продукт рекламного исследования. Методы получения первичной и вторичной информации. | 2 | | |
| | Практическое занятие № 20 Изучение рынка сбыта конкретной продукции | 4 | 2 | |
| Тема 8.2 Система рекламного планирования | Содержание учебного материала | 6 | 1 | |
| | Цели рекламного планирования. Рекламное планирование как составная часть маркетингового планирования. Основные этапы планирования рекламной деятельности. Разработка маркетинговой стратегии на основе рекламной деятельности. Рекламная стратегия как элемент маркетинговой стратегии. | 2 | | |
| | Практическое занятие № 21 Планирование деятельности организации | 4 | | 2 |
| Тема 8.3 | Содержание учебного материала | 2 | 1 | |

| | | | | |
|---|---|------------|---|--|
| Реализация рекламной стратегии в определенных планах рекламных компаний | Разработка рекламной стратегии. Основные элементы рекламной стратегии. Регулирование рекламной деятельности. Воздействие на рекламу потребителей, общественности и государства. Защита от недобросовестной рекламы. | 2 | | |
| Глава 9. Контроль рекламной деятельности | | | | |
| Тема 9.1 | Содержание учебного материала | 5 | | |
| Понятие, уровни контроля рекламной деятельности | Контроль как элемент управления процесса рекламной деятельностью. Этапы контроля рекламной деятельности. | 2 | 1 | |
| | Практическое занятие № 22 Этапы процесса контроля. Контроль стратегический и оперативный. | 3 | 2 | |
| Тема 9.2 | Содержание учебного материала | 2 | | |
| Тактический контроль в рекламе | Средства тактического контроля. Роль тактического контроля в рекламной организации. | 2 | 1 | |
| Тема 9.3 | Содержание учебного материала | 2 | | |
| Стратегический внутрифирменный контроль | Формы стратегического контроля. Функции стратегического контроля в рекламной организации. | 2 | 1 | |
| Самостоятельная работа при изучении: | | 86 | | |
| Подготовить конспект на тему: «История менеджмента (краткий обзор)» Составление кроссворда из известных терминов менеджмента в рекламе. Подготовить доклад на тему: «Специфика менеджмента Римской империи» «Специфика управленческих проблем периода промышленного переворота», «Специфика мотивации и поддержания дисциплины на предприятиях периода начального капитализма» «Европейская модель менеджмента» «Японская модель менеджмента» «Международный рекламный менеджмент», «Проблемы менеджмента в рекламной деятельности» «Особенности тактического внутреннего контроля» «Сочетание стилей руководства», «Причины стрессов на работе и способы борьбы с ними» «Эффективное использование материальных, трудовых и финансовых ресурсов организации» «Особенности женского стиля управления», «Особенности мужского стиля управления» | | | 3 | |
| Промежуточная аттестация: Экзамен | | | | |
| Итого по МДК 04.01 | | 257 | | |

| МДК 04.02. Рекламная деятельность | | | | ОК 01-11, ПК 4.1-4.3 |
|---|--|-----------|---|-------------------------|
| Тема 1. Основы руководства и управления | Содержание учебного материала | 20 | 1 | |
| | Сущность менеджмента и этапы его становления. | 2 | | |
| | Менеджмент и управление: соотношение и кооперация. | 2 | | |
| | Основные категории и виды менеджмента. | 2 | | |
| | Природа управления, его виды и модели. | 2 | | |
| | Функции и принципы управления. | 2 | | |
| | Разделение и кооперация труда в организации. | 2 | | |
| | Стили руководства и управления. | 2 | 2 | |
| | Практическое занятие № 1 Выбор и обоснование вида менеджмента для организаций различных типов | 2 | | |
| | Практическое занятие № 2 Анализ разделения, специализации и кооперации совместной работы | 4 | | |
| | Практическое занятие № 3 Формирование аппарата управления и выдвижение руководителя организации | 2 | | |
| | Содержание учебного материала | 26 | | |
| Тема 2. Анализ эффективности предприятия и методы её совершенствования | Эффективность управления: виды, показатели и факторы. | 2 | | |
| | Мотивация персонала как фактор повышения эффективности производства. | 2 | | |
| | Методы стимулирования персонала. | 2 | | |
| | Организация и её развитие в условиях динамики внешней и внутренней среды. | 2 | | |
| | Практическое занятие № 4 Оценка экономической эффективности управленческих решений. | 4 | 2 | |
| | Практическое занятие № 5 Разработка мотивационной стратегии для рекламного агентства. | 4 | | |
| | Практическое занятие № 6 Круглый стол на тему: «Анализ и совершенствование эффективности управленческих решений на предприятиях выбранного типа». | 4 | | |
| | Практическое занятие № 7 Разработка организационной структуры рекламного агентства. | 2 | | |
| | Практическое занятие № 8 Круглый стол на тему: «Организационная структура рекламного агентства и управление ею». | 4 | | |
| Тема 3. Управленческая функция маркетинга | Содержание учебного материала | 18 | 1 | |
| | Процедуры планирования маркетинга. | 2 | | |
| | Планирование отдельных видов маркетинговой деятельности. | 2 | | |
| | Методы управления плановыми действиями во времени. | 2 | | |
| | Формирование и структурирование бюджета маркетинга. | 2 | | |
| | Системный подход в разработке планов маркетинга. | 2 | | |

| | | | | |
|--|--|------------|---|-------------------------|
| | Практическое занятие № 9 Построение линейных и сетевых графиков упорядочения плановых действий. | 4 | 2 | ОК 01-11, ПК 4.1-4.3 |
| | Практическое занятие № 10 Соотнесение маркетингового плана и его бюджета. | 2 | | |
| | Практическое занятие № 11 Разработка системы контроля и корректировки планов маркетинга. | 2 | | |
| Тема 4. Особенности рекламной деятельности на российских предприятиях | Содержание учебного материала | 44 | | |
| | Организация системы маркетинга на российских предприятиях. | 4 | 1 | |
| | Практическое занятие № 12 Разработка проекта маркетинговых изменений на примере фирмы по продаже чая. | 4 | 2 | |
| | Самостоятельная работа обучающихся № 1 Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). | 14 | 3 | |
| | Самостоятельная работа обучающихся № 2 Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. | 22 | | |
| Промежуточная аттестация: экзамен | | | | |
| Всего по МДК 04.02 | | 108 | | |
| Учебная практика УП. 04.01 Примерные виды работ: 1. Анализ деятельности рекламного предприятия. 2. Анализ нормативных документов, регулирующих профессиональную деятельность рекламных предприятия: изучение основных положений устава, изучение внутренних документов. 3. Ознакомление с миссией предприятия, целями, задачами, стратегическим и тактическим направлениями деятельности предприятия (РА, рекламного, маркетингового, ПР-отдела) 4. Ознакомление с предоставляемыми услугами и продуктами. 5. Описание организационной структуры управления туристским предприятием. 6. Составление схемы управления предприятием. 7. Выявление функциональных подразделений организации. 8. Определение целей и задач подразделения. 9. Определение категорий работников подразделения. корпоративная и маркетинговая стратегия; общие показатели экономической деятельности. | | | | |
| Производственная практика (по профилю специальности) ПП.04.01 Примерные виды работ: 1. Расчет себестоимости услуг, базовых налогов, прибыли, рентабельности. 2. Составление отчета о работе функционального подразделения за текущий период. 3. Составление плана работы подразделения на следующий отчетный период. 4. Создание клиентской базы (не менее 10 контрагентов). | | | | |

| | | | |
|---|------------|--|--|
| <p>5. Разработка медиаплана и сметы рекламных расходов рекламной кампании, с использованием не менее четырех рекламоносителей и одного PR-мероприятия (по выбору):</p> <ul style="list-style-type: none"> – Промо-акцию – PR-акция – Сценарий мероприятия – Флешмоб <p>6. Разработка и проведение презентации отчета о работе и плана работы подразделения.</p> | | | |
| Всего: | 509 | | |
| Промежуточная аттестация по ПМ - экзамен квалификационный | | | |

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению профессионального модуля

Реализация программы профессионального модуля требует наличия кабинета социально-экономических для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, в том числе групповых, индивидуальных, письменных, устных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Кабинет социально-экономических дисциплин

Оборудование:

- рабочее место преподавателя;
- специализированная мебель (столы, стулья по количеству обучающихся);
- доска ученическая.

Технические средства обучения:

- компьютер (ноутбук);
- мультимедийный проектор, экран.

Учебно-наглядные пособия: плакаты, учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации по рабочей программе дисциплины, в том числе, видео-аудио материалы, компьютерные презентации.

Компьютер имеет доступ к электронно-библиотечным системам, выход в глобальную сеть Интернет, оснащен лицензионным программным обеспечением.

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение реализации профессионального модуля

Основные учебные издания:

1. Драчева Е.Л. / Менеджмент (2-е изд., стер.) учебник.- М.: Академия, 2018
2. Драчева Е.Л. Менеджмент: Практикум (2-е изд., стер.) учеб. пособие.- М.: Академия, 2018
3. Чечевицына Л.Н. Экономика организации: учеб.пособ. для СПО.- М.: Феникс, 2018

Дополнительные учебные издания

4. Гомола А.И. Экономика для профессий и специальностей социально-экономического профиля: Практикум (5-е изд.) учеб. пособие.- М.: Академия, 2018
5. Носова С.С. Основы экономики: Учебник для СПО.- М.: Кнорус, 2019
6. Грибов В.Д. Управление структурным подразделением организации: Учебник для СПО.- М.: Кнорус, 2019
7. Чеберко, Е. Ф. Предпринимательская деятельность : учебник и

практикум для среднего профессионального образования / Е. Ф. Чеберко. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 219 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05041-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/408648>

8. Куликов Л.М. Основы экономической теории: Учебник для СПО.- М.: Кнорус, 2019

9. Хазанович Э.С. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: Учебник для СПО.- М.: Кнорус, 2019

10. Парамонова Т.Н., Красюк И.Н. Маркетинг: Учебник для СПО.- М.: Кнорус, 2019

Интернет-ресурсы

11. Информационно-правовой портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru>

12. Справочная правовая системы «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/>

Методические указания для обучающихся по освоению профессионального модуля

13. Методические указания для обучающихся по выполнению практических работ.

14. Методические указания для обучающихся по выполнению заданий самостоятельной работы.

15. Методические указания по выполнению заданий практики.

3.3. Общие требования к организации образовательного процесса

При реализации компетентного подхода программа профессионального модуля предусматривает использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (применение электронных образовательных ресурсов, деловых игр, разбора конкретных ситуаций, психологических тренингов, групповых дискуссий) в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.

Реализация практических занятий осуществляется непосредственно в ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Образовательная деятельность в форме практической подготовки организована при реализации МДК 04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности, МДК 04.02. Рекламная деятельность учебной практики, производственной (по профилю специальности) практики, предусмотренных учебным планом следующим образом:

– при реализации МДК 04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности, МДК 04.02. Рекламная деятельность практическая подготовка организуется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

– при проведении практики практическая подготовка организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Учебная практика проводится на базе ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Производственная (по профилю специальности) практика проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся. Производственная (по профилю специальности) практика проводится концентрировано по завершении МДК 04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности, МДК 04.02. Рекламная деятельность.

Формы проведения консультаций для обучающихся: групповые, индивидуальные, письменные, устные.

Программа профессионального модуля реализуется в 5,6 семестрах 3 курса обучения. Освоению профессионального модуля должно предшествовать изучение учебных дисциплин и профессиональных модулей: ОП.01 Рисунок с основами перспективы, ОП.02 Живопись с основами цветоведения, ОП.06 Интернет-Технологии, ОП.07 Основы теории коммуникации, ОП. 07 Основы предпринимательства, ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение рекламного продукта.

3.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарным курсам:

- наличие высшего профессионального образования соответствующего профилю преподаваемого модуля, направление деятельности которых соответствует области организации и проведения коммерческой деятельности;

- опыт работы в организациях соответствующей профессиональной сферы не менее 3 лет;

- прохождение стажировки в профильных организациях в организациях, направление деятельности которых соответствует области организации и проведения коммерческой деятельности, не реже 1 раза в 3 года.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Критерии оценки, формы и методы контроля и оценки результатов обучения

| Код, наименование профессиональных компетенций | Критерии оценки | Формы и методы контроля и оценки результатов обучения |
|--|---|---|
| ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей. | Планирование, разработка и техническое исполнение рекламного проекта. | Текущий контроль успеваемости: - опрос устный (фронтальный); - выполнение письменной работы; |
| ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее. | Контроль соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; Взаимодействие с субъектами рекламной деятельности. | - выполнение практической работы (индивидуальная и групповая форма работы); - защита рефератов - собеседование по результатам выполненной работы; |
| ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт. | Подготовка документации для регистрации авторских прав | - наблюдение за процессом выполнения заданий; - демонстрация выполнения видов работ практики; - выполнение письменной работы "Отчет по практике". |
| | | Межсессионная аттестация – тестирование. Промежуточная аттестация по МДК.04.01 в форме экзамена. Промежуточная аттестация по МДК.04.02 в форме экзамена. Промежуточная аттестация по УП.04.01 в форме дифференцированного зачета. Промежуточная аттестация по ПП.04.01 в форме дифференцированного зачета. Промежуточная аттестация по ПМ.04 в форме экзамена квалификационного. |

| Результаты (освоенные общие компетенции) | Основные показатели оценки результата | Формы и методы контроля и оценки |
|--|--|--|
| ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к | - Определение социальной значимости профессиональной деятельности; | Текущий контроль успеваемости: - опрос устный |

| | | |
|--|--|--|
| ней устойчивый интерес | <ul style="list-style-type: none"> - определение и характеристика задач и видов трудовых действий; - умение аргументировать свой профессиональный выбор; - поиск информации о профессиональной деятельности; - анализ информации о профессиональной деятельности. | <p>(фронтальный);</p> <ul style="list-style-type: none"> - выполнение письменной работы; - выполнение практической работы (индивидуальная и групповая форма работы); - защита рефератов - собеседование по результатам выполненной работы; |
| ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. | <ul style="list-style-type: none"> - выявление задачи в профессиональном контексте; - анализ задачи, выделение её составных частей; - определение этапов решения задачи; - поиск информации необходимой для решения задачи; - планирование деятельности; - определение необходимых ресурсов; - контроль деятельности; - проведение оценки результатов собственных действий | <ul style="list-style-type: none"> - наблюдение за процессом выполнения заданий; - демонстрация выполнения видов работ практики; - выполнение письменной работы "Отчет по практике". <p>Межсессионная аттестация – тестирование.</p> <p>Промежуточная аттестация по МДК.01.01 в форме экзамена.</p> |
| ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. | <ul style="list-style-type: none"> - анализ стандартных и нестандартных ситуаций; - описание ситуации; - выявление причинно-следственных связей; - поиск путей решения ситуации; - несение ответственность за принятое решение | <p>Промежуточная аттестация по МДК.01.02 в форме экзамена.</p> <p>Промежуточная аттестация по УП.01.01 в форме дифференцированного о зачета.</p> |
| ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. | <ul style="list-style-type: none"> - определение задачи для поиска информации; - определение необходимых источников информации; - планирование процесса поиска; - структурирование получаемой информации; - выделение наиболее значимого в перечне информации; - оценка практической значимости результатов поиска; - оформление результатов поиска | <p>Промежуточная аттестация по ПП.01.01 в форме дифференцированного о зачета.</p> <p>Промежуточная аттестация по ПМ.01 в форме экзамена квалификационного.</p> |

| | | |
|--|--|--|
| <p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - применение средств информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности; - осуществление поиска, обработки и хранения информации при помощи информационно-коммуникационных технологий; - решение профессиональных задач при помощи информационно-коммуникационных технологий; - использование современного программного обеспечения. | |
| <p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - выполнение задач в рамках задания команды; - анализ и верная оценка собственной деятельности и деятельности коллег по команде; - позиционирование себя в команде; - презентация собственных идей; - эффективное взаимодействие посредством письменных и устных коммуникаций с коллегами, руководством, потребителями. | |
| <p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - определение цели; - планирование деятельности; - распределение ресурсов; - координирование деятельности подчиненных; - осуществление контроля за деятельностью; - несение ответственность за результат выполнения задания | |
| <p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - определение актуальности нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; - применение современной научной профессиональной терминологии; - определение задач профессионального и | |

| | | |
|---|--|--|
| | <p>личностного развития;</p> <ul style="list-style-type: none"> - определение и выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - планирование повышения своей квалификации | |
| <p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - определение технологий, используемых в профессиональной деятельности; - определение источников информации о технологиях профессиональной деятельности; - определение условий и результатов успешного применения технологий. | |
| <p>ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности</p> | <ul style="list-style-type: none"> - владение основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности; - демонстрация способности понимать сущность предпринимательской деятельности в сфере рекламы; - владение основными навыками предпринимательской культуры | |
| <p>ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке</p> | <ul style="list-style-type: none"> - проявление эффективности, бесконфликтности, этичности норм общения при взаимодействии с людьми; - владение иностранным языком для профессионального общения; - понимание общего смысла четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые); - участие в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; - построение простых высказываний о себе и о своей | |

| | | |
|--|--|--|
| | профессиональной деятельности; - краткое обоснование и объяснение своих действий (текущих и планируемых); - написание простых связных сообщений на знакомые или интересные профессиональные темы | |
|--|--|--|

4.2. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по профессиональному модулю

Показатели и критерии оценивания компетенций

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания содержатся в приложении 1.

Контрольные и тестовые задания

Контрольные задания содержатся в приложении 1.

Методические материалы

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, характеризующих формирование компетенций, содержатся в приложении 1.

**Контрольно-оценочные средства
для проведения промежуточной аттестации
по профессиональному модулю**

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

1.1. Форма промежуточной аттестации: Экзамен квалификационный (6 семестр).

1.2. Система оценивания результатов выполнения заданий

Оценивание результатов выполнения заданий промежуточной аттестации осуществляется на основе следующих принципов:

достоверности оценки – оценивается уровень сформированности знаний, умений, практического опыта, общих и профессиональных компетенций, продемонстрированных обучающимися в ходе выполнения задания;

адекватности оценки – оценка выполнения заданий должна проводиться в отношении тех компетенций, которые необходимы для эффективного выполнения задания;

надежности оценки – система оценивания выполнения заданий должна обладать высокой степенью устойчивости при неоднократных оценках уровня сформированности знаний, умений, практического опыта, общих и профессиональных компетенций обучающихся;

комплексности оценки – система оценивания выполнения заданий должна позволять интегративно оценивать общие и профессиональные компетенции обучающихся;

объективности оценки – оценка выполнения конкурсных заданий должна быть независимой от особенностей профессиональной ориентации или предпочтений преподавателей, осуществляющих контроль или аттестацию.

При выполнении процедур оценки заданий используются следующие основные методы:

- метод экспертной оценки;
- метод расчета первичных баллов;
- метод расчета сводных баллов;
- метод агрегирования.

Результаты выполнения заданий оцениваются в соответствии с разработанными критериями оценки.

Используется стобалльная шкала оценки для оценивания результатов обучения.

Перевод стобалльной шкалы учета результатов в пятибалльную оценочную шкалу:

| Оценка | Количество баллов, набранных за выполнение теоретического и практического задания |
|--------------------------------|--|
| Оценка 5 «отлично» | 90-100 |
| Оценка 4 «хорошо» | 76-89 |
| Оценка 3 «удовлетворительно» | 50-75 |
| Оценка 2 «неудовлетворительно» | ≤ 49 |

1.3. Контрольно-оценочные средства

1.3.1 Задание:

