



Автономная некоммерческая профессиональная образовательная
организация «Многопрофильная Академия непрерывного образования»
АНПОО «МАНО»
Колледж

ПРИНЯТО

Решением Педагогического
совета

АНПОО «МАНО»

Протокол № 01-01/16 от
01.06.2022 г.



УТВЕРЖДАЮ

Ректор АНПОО «МАНО»

В.И. Гам

01 июня 20 22 г.

РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА
по профессиональному модулю
ПМ.04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ
ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА
МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности

Заочная форма обучения

Омск, 2022

Программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама.

Организация-разработчик: АНПОО «Многопрофильная Академия непрерывного образования».

Разработчик:

Плотникова Инна Аглямовна, преподаватель.

СОДЕРЖАНИЕ

СТР.

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕСИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	12
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	14
5. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ.....	22

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения вида профессиональной деятельности (ВПД): Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

Программа по профессиональному модулю ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта» содержит МДК 04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности, УП.04.01 Учебная практика, ПП.04.01 Производственная практика.

1.2. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся 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 организации 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.

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА:

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта».

5.1. Специалист по рекламе (базовой подготовки) должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:

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.

5.2. Специалист по рекламе (базовой подготовки) должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими видам деятельности:

5.2.4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

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. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 288 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 144 часов, включая:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 12 часов;
самостоятельной работы обучающегося – 132 часов;
учебной и производственной практики –144 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. Учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося				Самостоятельная работа обучающегося	Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. лекции, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	курсовая работа (проект), часов	Всего, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 4.1-ПК 4.3	Раздел 1. МДК 04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	144	12	4	8	-	132		
ПК 4.1-ПК 4.3	Учебная практика	36	-	-	-	-	-	36	-
ПК 4.1-ПК 4.3	Производственная практика (по профилю специальности),	108							108
	Всего:	288	12	4	8	4	132	36	108

2.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
Раздел I. МДК. 04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности			
Тема 1.1. Менеджмент и его роль в рекламном бизнесе.	Лекция. Менеджмент и его роль в рекламном бизнесе. Рынок рекламы. Понятие менеджмента, его связь с другими дисциплинами. Реклама в контексте рыночных отношений. Особенности рынка рекламы. Самостоятельная работа обучающихся Основы рекламного менеджмента. Особенности рекламного менеджмента и его специфика. Функции рекламного менеджмента. Субъекты и объекты менеджмента в рекламной деятельности. Участники рекламного бизнеса. Основные функции менеджмента. Виды менеджмента. Функции менеджмента – планирование, организация производства и труда, мотивация персонала, контроль, коммуникация.	2	1,2,3
	Самостоятельная работа обучающихся Организация производства и труда в отделе рекламы. Организация трудового процесса в отделе рекламы. Составление штатного расписания. Функции и задачи рекламного производства. Взаимодействие с рекламными агентствами.	12	
Тема 1.2. Определение бюджета рекламы.	Самостоятельная работа обучающихся Методы определения бюджета рекламы. Понятие бюджета. Факторы, определяющие размеры рекламного бюджета. Методы исчисления рекламного бюджета. Контроль бюджета.	10	1,2,3
	Практические занятия. Определение бюджета рекламы. Определение общих затрат на рекламу. Классификация затрат на рекламу. Состав расходов на рекламу. Проектная деятельность: Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	2	

Тема 1.3. Маркетинговые исследования рынка и ценообразование	Самостоятельная работа обучающихся. Маркетинговые исследования спроса на продукцию. Значение маркетинговых исследований в оценке спроса. Задачи проведения маркетинговых исследований. Выводы о спросе на заданный товар и оценка его конкурентоспособности.	10	1,2,3
	Практическое занятие. Маркетинговые исследования рынка и ценообразование Исследование рынка. Ценообразование. Функции рынка. Спецификация рынка. Методы ценообразования. Анализ ситуаций по теме: «Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее».	2	
	Самостоятельная работа обучающихся. - Подготовка докладов на темы «Историческое развитие менеджмента, основные концепции», «Взаимосвязь отдельных функций управленческого цикла» - Проработка тем «Задачи рекламного отдела на предприятии», «Порядок проведения маркетинговых исследований»	10	
Тема 1.4. Способы и стили управления	Самостоятельная работа обучающихся Системы управления. Понятие системы управления. Субъекты и объекты управления. Требования к современной системе управления рекламной организацией. Стили руководства. Управленческие решения. Понятие управленческого решения и его место в процессе управления. Стили управления. Принятие управленческих решений – виды управленческих решений и факторы, влияющие на них.	12	1,2,3
Тема 1.5. Управление конфликтом в организации	Лекция. Управление конфликтом в организации Понятие конфликта, его природа. Причины конфликтов.	2	1,2,3
	Самостоятельная работа обучающихся Структурные методы управления конфликтом. Стили разрешения межличностных и внутригрупповых конфликтов.	8	
Тема 1.6. Функциональные области менеджмента	Самостоятельная работа обучающихся Менеджмент отдельных сфер. Особенности менеджмента отдельных сфер. Стратегический менеджмент. Инновационный менеджмент. Международный менеджмент. Менеджмент управления персоналом. Цели и принципы управления персоналом. Стратегии управления персоналом. Технологии и методы управления персоналом.	12	1,2

Тема 1.7. Организация и контроль рекламной деятельности	Самостоятельная работа обучающихся Организация, координация и контроль рекламной деятельности. Функции и задачи рекламного отдела на предприятии. Организационная структура рекламного отдела фирмы. Основные элементы контроля. Стратегический и тактический контроль внутри организации. Применение результатов контрольных данных.	12	1,2
	Практические занятия. Организация и контроль рекламной деятельности Организация работы рекламного отдела в организации социально-культурной сферы. Деловая игра: Планирование собственной работы в составе коллектива исполнителей.	2	2,3
Тема 1.8. Рекламная организация как экономический субъект	Самостоятельная работа обучающихся Материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации. Виды ресурсов организации. Уставный капитал и имущество организации. Понятие основных и оборотных фондов. Трудовые ресурсы организации. Финансовые ресурсы организации.	10	1,2,3
	Самостоятельная работа обучающихся Себестоимость и издержки производства рекламного продукта. Классификация затрат на производство рекламного продукта по экономическим статьям и элементам. Калькуляция себестоимости.	12	
	Практическое занятие. Рекламная организация как экономический субъект Расчет себестоимости рекламного продукта	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Самостоятельная работа обучающихся - Подготовка докладов на темы «международный рекламный менеджмент», Проблемы менеджмента в рекламной деятельности», «Особенности тактического внутреннего контроля» - Проработка тем «Сочетание стилей руководства», «Причины стрессов на работе и способы борьбы с ними», «Эффективное использование материальных, трудовых и финансовых ресурсов организации»	12	1,2,3
Экзамен			
Учебная практика Виды работ: Провести анализ показателей рекламной и PR- политики (ATL, BTL и PRмероприятия, формирование имиджа компании, промоакции, спонсорство, расходы на рекламу, методы оценки эффективности рекламных мероприятий). Провести анализ соблюдения норм рекламного законодательства на предприятии. Разработать макеты рекламного продукта на предприятии, в организации прохождения практики. Провести исследования наиболее предпочтительных средств массовой информации. Провести презентацию рекламного продукта. Освоить процедуру согласования макетов рекламного продукта с заказчиком.		36	

Освоить механизм подготовки авторской документации для регистрации авторского права.		
Производственная практика (по профилю специальности) итоговая по модулю Виды работ: Перечислите основные этапы производства рекламного продукта. Охарактеризуйте современные технологии производства рекламного продукта. Выбор средств рекламы в соответствии с рекламной идеей и область их применения. Перечислите основные элементы для разработки рекламного продукта. Оцените экономическую и коммуникативную эффективность рекламного продукта. Разработка и изготовление рекламного продукта (макет). Определить эффективность рекламной компании. Рассчитать рекламный бюджет данного проекта. Подготовить документацию для регистрации авторских прав Защита отчета.	108	
Квалификационный экзамен		
Всего часов	144	
Всего часов с учетом практик	288	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1 – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
- 2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
- 3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета по профилю специальности

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места для студентов;
- рабочее место преподавателя;
- дидактические материалы и электронные образовательные ресурсы по дисциплине;
- таблицы, плакаты, схемы.

Технические средства обучения:

- персональный компьютер,
- мультимедиа-проектор
- программное обеспечение (Linux Mint, Apache OpenOffice, Kaspersky Anti-Virus (Пробная версия), Консультант Плюс).

- профессиональные **компьютерные программы** AutoCAD, Infracad, ArchiCAD, КОМПАС-3D., Сад Рубин – пробные версии; Gardenia (бесплатная онлайн программа для планировки дизайна), Realtime Landscaping Pro (профессиональный планировщик дизайна ландшафта – бесплатная версия).

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Зельдович, Б. З. Менеджмент в медиаиндустрии : учебник для среднего профессионального образования / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 293 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12565-8.
2. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5.

Дополнительные источники:

1. Рекламный дискурс и рекламный текст: коллективная монография / науч. ред. Т.Н. Колокольцева. — 3-е изд., стер. — Москва: Флинта, 2016. — 297 с.- <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83209>
2. Ежова, Е.Н. Лингвистика рекламного текста: монография / Е.Н. Ежова; Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет». — Ставрополь: СКФУ, 2018. — 211 с.- <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562842>

3. Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование: учебное пособие / Г.С. Елисеенков, Г.Ю. Мхитарян ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. – Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2016. – 150 с.- <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472589>

Базы данных и/или Интернет-ресурсы:

1. <http://akot.rosmintrud.ru/> Единая общероссийская справочно- информационная система по охране труда

<http://www.edu.ru/> Библиотека федерального портала «РОССИЙСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ»

<http://www.consultant.ru> Справочная правовая система «Консультант Плюс»

3.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Освоение программы модуля базируется на знаниях и навыках, полученных обучаемыми в ходе изучения общепрофессиональных дисциплин: «Рисунок с основами перспективы», «Экономика организации», «Живопись с основами цветоведения», «История изобразительного искусства», «Иностранный язык», «Этика и психология делового общения», «Безопасность жизнедеятельности», «Рекламная деятельность», «Психология в рекламе», «Деловой этикет» , «Основы связей с общественностью», «Мировая художественная культура».

Реализация программы модуля предполагает учебную и производственную практику, которые проводятся концентрированно в соответствии с освоением всех разделов модуля. Практика проводится с целью закрепления и углубления теоретических знаний, а также формирования у обучающихся профессиональных компетенций.

Аттестация по итогам практики проводится на основании результатов, подтверждаемых отчётами и дневниками практики студентов, а также отзывами руководителей практики на студентов.

Учебная и производственная практики завершаются зачётом освоенных общих и профессиональных компетенций.

Изучение программы модуля завершается итоговой аттестацией, результаты которой оцениваются в форме квалификационного экзамена по модулю.

3.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу:

- наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля;
- опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы;
- преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Образовательное учреждение, реализующее подготовку по программе данного профессионального модуля, обеспечивает организацию и проведение текущего контроля индивидуальных образовательных достижений – демонстрируемых обучающимися знаний, умений и навыков.

Текущий контроль проводится преподавателем в процессе обучения. Обучение по профессиональному модулю завершается промежуточной аттестацией в форме экзамена, которую проводит экзаменационная комиссия. В состав экзаменационной комиссии могут входить представители общественных организаций, обучающихся и объединений работодателей.

Формы и методы текущего контроля и промежуточной аттестации по профессиональному модулю доводятся до сведения обучающихся не позднее начала двух месяцев от начала обучения по основной профессиональной образовательной программе.

Для текущего контроля и промежуточной аттестации образовательными учреждениями создаются фонды оценочных средств (ФОС).

ФОС включают в себя педагогические контрольно-измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям оценки результатов подготовки (таблицы).

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	- умение организации рабочего места; - навык планирования, разработки и технического исполнения рекламного продукта	текущий контроль в форме: - оценки результатов выполнения практических работ по темам МДК; - оценка выполнения пробных самостоятельных заданий; - защита индивидуальных заданий; - наблюдение за прохождением практики; - защита учебной и производственной практики
ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	- навык контролирования соответствия рекламного продукта требованиям рекламодателя - точность и аккуратность в составлении планов и графиков деятельности по изготовлению рекламного продукта	
ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	- умение подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав	

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.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Демонстрация интереса к будущей профессии через: - высокий уровень успешности студента в образовательном процессе, участие в различных мероприятиях колледжа; - умение грамотно строить	Итоговая аттестация. Оценка эссе. Общение, наблюдения, беседы в течении обучения
	беседы, логично излагать свои мысли касающиеся будущей профессиональной деятельности.	
ОК2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- умение выбирать и применять методы и способы решения профессиональных задач в области разработки программных продуктов; - умение давать оценку эффективности и качеству выполнения проектных работ; умение рационально планировать и организовывать деятельность.	Итоговая аттестация. Наблюдение, тестирование; Оценка и защита отчетов по практическим работам, учебным и производственным практикам.
ОК2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- умение выбирать и применять методы и способы решения профессиональных задач в области разработки программных продуктов; - умение давать оценку эффективности и качеству выполнения проектных работ; - умение рационально планировать и организовывать деятельность. -	Итоговая аттестация. Наблюдение, тестирование; Оценка и защита отчетов по практическим работам, учебным и производственным практикам.

ОК3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- умение решать проблемы в стандартных и нестандартных ситуациях; - обоснованность способа решения проблемы; - ясность и аргументированность изложения собственного мнения; - достижение поставленных целей и задач при решении проблем	Итоговая и рубежная аттестация. Наблюдения, тестирование.
ОК4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- умение находить необходимую информацию для подготовки и решения задач; - навыки использования различных источников всех видов; - умение анализировать	Рубежная аттестация. Наблюдения, тестирование. Анализ и оценка защиты рефератов, докладов, презентаций.
	многообразие информации. - обоснованность выбора информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. - полнота, достоверность и научность собранной информации. - результативность информационного поиска.	
ОК 5. Использовать информационно – коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.	- умение применять информационно – коммуникационные технологии в своей профессиональной деятельности. .	Анализ и оценка коммуникативных навыков студента на производственной практике. Рубежная аттестация. Наблюдения, тестирование.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- умение взаимодействовать со студентами, преподавателями в ходе обучения; - знание теории менеджмента о сотрудничестве с работниками в производственном коллективе. - использование делового стиля общения; - соблюдение субординационных отношений; - построение продуктивного процесса общения, толерантное восприятие позиции субъекта взаимодействия; - умение привлечь других субъектов трудового процесса к решению поставленных задач.	Итоговая аттестация, рубежная аттестация.
ОК7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения задания	- умение проводить самоанализ и коррекцию результатов собственной работы; - умение организовывать выполнение задания при работе в группе; - проявляет ответственность за работу подчиненных, результат выполнения заданий.	Итоговая аттестация. Рубежная аттестация. Тесты – опросники. Наблюдение, беседы, анализ деятельности.
ОК8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- владение навыками самообразования; - умение строить траекторию собственного обучения и повышения квалификации.	Итоговая аттестация. Оценка самостоятельной работы, участие в НИР.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	- умение анализировать перспективы инноваций в области разработки программных продуктов в области ИС; - умение использовать на практике современные технологии в области делопроизводства.	Рубежная аттестация. Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практике.
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	- демонстрация готовности к исполнению воинской обязанности	

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	- организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля - участвовать в научно-исследовательском обществе с дальнейшей возможностью практического применения результатов исследований.	
--	---	--

Оценка индивидуальных образовательных достижений по результатам текущего контроля и промежуточной аттестации производится в соответствии с универсальной шкалой (таблица).

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	балл (отметка)	вербальный аналог
90 ÷ 100	5	отлично
80 ÷ 89	4	хорошо
70 ÷ 79	3	удовлетворительно
менее 70	2	не удовлетворительно

Примерные темы рефератов (докладов), индивидуальных проектов

1. Особенности управления крупными предприятиями и малыми фирмами.
2. Особенности развития менеджмента в России.
3. Вклад Генри Форда в менеджмент.
4. Теория активных систем.
5. Историческое развитие менеджмента: основные концепции.
6. Сущность цикла менеджмента.
7. Содержание процесса управления.
8. Взаимосвязь отдельных функций управленческого цикла.
9. Структура управления предприятием.
10. Понятие предприятия и его роль в рыночной экономике.
11. Стадии рационального управленческого решения.
12. Проблемы менеджмента в рекламной деятельности.
13. Применение результатов контрольных исследований.
14. Меры борьбы с износом рекламы.
15. Классификация затрат на производство и реализацию рекламной продукции.

Вопросы к итоговому контролю

1. Развитие теории и практики менеджмента.
2. Научные подходы к менеджменту.
3. Менеджмент, как особый вид профессиональной деятельности.
4. Цели и задачи эффективного управления организацией.
5. Взаимосвязь и взаимообусловленность функций управленческого цикла.
6. Характеристика основных принципов и методов управления.
7. Организационная структура.
8. Пирамида управления.
9. Сочетание стилей руководства.
10. Стадии принятия управленческих решений.
11. Стресс и управление им в деятельности руководителя.
12. Причины стрессов. 13. Конструктивные и деструктивные причины стрессов.
14. Методы и стили избегания стрессов.
15. Психофизиология стрессов в деятельности руководителя.
16. Особенности менеджмента отдельных сфер.
17. Стратегический менеджмент.
18. Инновационный менеджмент.
19. Международный менеджмент.
20. Функции менеджмента в рекламной деятельности.
21. Субъекты и объекты менеджмента в рекламной деятельности.
22. Содержание и элементы планирования.
23. Понятие маркетингового планирования в деятельности организации.
24. Сущность и задачи медиапланирования, как одного из направлений планирования в рекламной деятельности.
25. Планирование рекламной деятельности.
26. Функции и задачи рекламного отдела на предприятии.
27. Коммуникативная и экономическая эффективность рекламы.
28. Стратегический и тактический контроль внутри организации.
29. Методы формирования бюджета рекламной кампании.
30. Финансовое планирование и бухгалтерский учет расходов рекламного агентства.
31. Предприятие, как хозяйствующий субъект экономики.
32. Организационно-правовые структуры предприятия.
33. Экономические показатели и механизм деятельности рекламной организации.
34. Анализ основных экономических показателей.
35. Управление ресурсами в рекламной организации: планирование и организация эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.
36. Рентабельность в рекламной деятельности: понятие и виды.
37. Методика расчета и классификация показателей рентабельности.
38. Уставный капитал и имущество предприятий.
39. Финансовые ресурсы предприятия.
40. Сущность прибыли и ее структура.
41. Понятие основных оборотных средств.
42. Этапы, основные направления и средства управления репутацией.
43. Имидж предприятия. Создание имиджа.
44. Государственное регулирование рекламного бизнеса в РФ.
45. Антикризисные коммуникации: понятие, характеристика, задачи, стратегии.

Перечень вопросов для подготовки

1. Сущность и содержание теории управления.
2. Эволюция управленческой мысли.
3. Теоретические основы менеджмента и его современное состояние.
4. Сущность и предмет менеджмента. Приведите различные трактовки понятия "Менеджмент" и поясните их взаимосвязь.
5. Факторы проектирования и распределение полномочий в организации.
6. Дайте представление об организации, охарактеризуйте роль менеджеров в организации.
7. Экономика менеджмента. В чем проблема экономики управления, надо ли экономить на управлении и как?
8. Организационная структура предприятия.
9. Новое в типах организационных структур. Адаптивные структуры.
10. От чего зависит эффективность управления. Принципы, определяющие эффективность современного менеджмента.
11. Охарактеризуйте общие функции управления (менеджмента), покажите их взаимосвязь.
12. Как можно оценить эффективность структуры управления?
13. Дайте понятие уровней управления, охарактеризуйте их применительно к конкретной организации.
14. Организационная структура внутрифирменного менеджмента. Состав и функции управленческих подразделений на предприятии: организация общего руководства, линейного и функционального управления, управление различными сферами деятельности.
15. Назовите подходы, школы менеджмента в последовательности их развития; в чем особенности развития российского менеджмента
16. Понятие, принципы и свойства процесса управления; раскройте его содержание.
17. Власть, влияние, лидерство. Формы власти. Убеждение и участие.
18. Какие положения школы научного менеджмента применяются при управлении современной организацией.
19. Типология процессов управления, опишите различные типы и области их применения.
20. Теории лидерства. Поведенческий и ситуационный подходы к лидерству. Классификацией стилей лидерства.
21. Функции менеджмента.
22. Понятие, природа, классификация управленческих решений. Рациональное решение проблемы.
23. Развитие взглядов на понятие мотивации. Мотивация и вознаграждение.
24. Для чего нужна классификация целей, по каким критериям она осуществляется. Отличие цели от задачи.
25. Цели в системе управления. Для чего нужна формулировка общей цели организации.
26. Сформулируйте миссию какой-либо известной Вам организации и дайте обоснование своего подхода.
27. Природа организационных изменений и управление ими. Организационное развитие.
28. Какова связь между целями организации и функциями менеджмента.
29. Реализация решений; организационные, материальные и личностные факторы.
30. Контроль в процессе принятия и реализации управленческих решений: сущность, процесс, поведенческие аспекты и характеристика эффективного контроля.
31. Этика и современное управление. Управленческий этикет.

32. Требования к целям; порядок их установления и согласования в организации.
33. Коммуникационный процесс и его влияние на эффективность управления.
34. Организация совещаний, заседаний.
35. Содержание управления: виды деятельности. Как меняется содержание функций менеджмента в условиях перехода организаций к рынку.
36. Как Вы представляете причины появления и суть школы человеческих отношений.
37. Внешняя среда предприятия: значение и характеристика.
38. Проанализируйте особенности системного подхода к управлению.
39. Внешняя среда прямого действия.
40. В чем отличие ситуационного подхода от остальных научных школ и направлений.
41. Внешняя среда косвенного воздействия.
42. Организационные коммуникации и их совершенствование.
43. Внутренняя среда предприятия. Понятие внутренней среды и внутренних переменных.
44. Охарактеризуйте в общем виде один из типов: маркетинговое управление, стратегический менеджмент.

5. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ

№ изменения, дата изменения; № страницы с изменением	
БЫЛО	СТАЛО
Основание:	
Подпись лица внесшего изменения	