



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

ПРИНЯТО

Решением Педагогического  
совета АНПОО «МАНО»

Протокол № *01-01/26 от*

*29.05.2023 г.*

УТВЕРЖДАЮ

Директор АНПОО «МАНО»



*[Signature]*  
В.И. Гам

*29 мая 20 23 г.*

**РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА**  
**по профессиональному модулю**  
**ПМ.05 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ**  
**ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ**  
**МДК.05.01 Агент рекламный**

Заочная форма обучения

Омск, 2023

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:  
Белякова Светлана Александровна, преподаватель.

## СОДЕРЖАНИЕ

СТР.

<b>1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ .....</b>	<b>4</b>
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....</b>	<b>7</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ .....</b>	<b>15</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....</b>	<b>17</b>
<b>5. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ.....</b>	<b>25</b>

# **1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

## **ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих»**

### **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): Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.

Программа по профессиональному модулю ПМ.05 «**Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих**» содержит МДК 05.01 Агент рекламный, УП.05.01 Учебная практика, ПП.05.01 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 деятельности;
- основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;
- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;

- основные законы и нормативные 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 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих».

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:

5.2.1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

5.2.3. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

5.2.4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

### **1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

всего – 324 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 144 часа, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 18 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 126 часов;

учебной и производственной практики – 180 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 1.1; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 1.5; ПК3.1; ПК 3.2; ПК 4.3	Раздел 1. МДК 05.01 Агент рекламный	144	18	8	10	-	126		
ПК 1.1; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 1.5; ПК3.1; ПК 3.2; ПК 4.3	<b>Учебная практика</b>	<b>36</b>	-	-	-	-	-	36	-
ПК 1.1; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 1.5; ПК3.1; ПК 3.2; ПК 4.3	<b>Производственная практика (по профилю специальности)</b>	<b>144</b>							144
	<b>Всего:</b>	<b>324</b>	<b>18</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>126</b>	<b>36</b>	<b>144</b>

**2.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ. 05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих»**

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
<b>Раздел I. МДК. 05.01 Агент рекламный</b>			
<p><b>Тема 1.1.</b> История возникновения и развития рекламы</p>	<p><b>Лекция 1.</b> История возникновения и развития рекламы Введение. История развития рекламы. Развитие рекламы в России. Развитие рекламы за рубежом</p> <p><b>Самостоятельная работа обучающихся</b> 1.Проработка учебной и специальной литературы по теме: История возникновения и развития рекламы 2.Составление учебного кроссворда по теме: «Развитие рекламы в России»</p> <p><b>Практические занятия</b> Развитие рекламы в России <i>Круглый стол</i>: Осуществлять поиск рекламных идей.</p>	<p>2</p> <p>6</p> <p>2</p>	<p><b>1,2,3</b></p>
<p><b>Тема 1.2.</b> Характеристика и классификация рекламы</p>	<p><b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Сущность рекламы. Цели и задачи рекламы. Функции рекламы. Концепция рекламы. Классификация рекламы. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.</p> <p><b>Самостоятельная работа обучающихся</b> 1. Проработка учебной и специальной литературы по теме: История возникновения и развития рекламы 2.Подготовка презентаций по теме : Цели и задачи рекламы</p> <p><b>Практические занятия.</b> Характеристика и классификация рекламы Интерактивное занятие: Демонстрация рекламных материалов по основным видам Составление схемы : Классификация рекламы</p>	<p>6</p> <p>4</p> <p>2</p>	<p><b>1,2,3</b></p>

	<p>Проектная деятельность: Разрабатывать авторские рекламные проекты.</p> <p>Анализ деловых ситуаций по составлению и оформлению текстов рекламных объявлений</p>		
<p><b>Тема 1.3.</b> Социально-психологические основы рекламы</p>	<p><b>Лекция 2.</b> Реклама как метод управления людьми. Процесс воздействия и восприятия рекламы. Психология потребительской мотивации поведения покупателей.</p> <p><b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Проработка учебной и специальной литературы по теме: Социально-психологические основы рекламы</p>	2	1,2,3
	<p>Составление учебного кроссворда по теме: Социально-психологические основы рекламы</p>	6	
	<p><b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Реклама как метод управления людьми. Решение ситуационных задач на тему: Психология потребительской мотивации поведения покупателей.</p>	4	
<p><b>Тема 1.4.</b> Правовое регулирование рекламной деятельности.</p>	<p><b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Нормативно-правовое поле рекламы. Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров, работ, услуг. Саморегулирование рекламной деятельности. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.</p>	6	1,2,3
	<p><b>Самостоятельная работа обучающихся</b> 1.Проработка учебной и специальной литературы по теме: Правовое регулирование рекламной деятельности 2.Составление учебного кроссворда по теме: Нормативно-правовое поле рекламы. 3.Подготовка презентаций по теме: Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу. Подготовка рефератов на тему: Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров, работ, услуг. 4.Изучение ФЗ «О рекламе»</p>	6	
	<p><b>Практические занятия.</b> Правовое регулирование рекламной деятельности Изучение Федерального закона «О рекламе». Составление схемы «Недобросовестная реклама»</p>	2	

	<p>Интерактивное занятие: Анализ конкретных ситуаций в области нарушения законодательства о рекламе</p> <p>Решение ситуационных задач по теме: Правовое регулирование рекламной деятельности</p> <p>Проектная деятельность: Создавать визуальные образы с рекламными функциями.</p>		
<p><b>Тема 1.5.</b> Рынок рекламы и его участники</p>	<p><b>Самостоятельная работа обучающихся.</b></p> <p>Характеристика рынка рекламы на современном этапе в России и за рубежом. Участники рекламного процесса и их функции. Рекламная среда. Организационная схема рекламного процесса. Рекламодатель: варианты организации рекламного процесса. Организационная структура рекламных служб. <b>Рекламное агентство: основные задачи, классификация, структура. Средства массовой информации. Структура СМИ</b></p>	6	1,2,3
	<p><b>Самостоятельная работа обучающихся</b></p> <p>Проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы по теме: Рынок рекламы и его участники</p> <p>Составление учебного кроссворда по теме: Участники рекламного процесса и их функции</p> <p>Подготовка презентаций по теме: Организационная структура рекламных служб.</p>	4	
	<p><b>Самостоятельная работа обучающихся</b></p> <p>Участники рекламного процесса и их функции</p> <p>Рекламное агентство как необходимый субъект рекламного рынка</p> <p>Анализ деловых ситуаций по составлению и оформлению текстов рекламных объявлений.</p>	4	
<p><b>Тема 1.6.</b> Организация деловых коммуникаций на рынке рекламы</p>	<p><b>Самостоятельная работа обучающихся</b></p> <p>Способы поиска и привлечения клиентов. Самореклама. Переговорный процесс с заказчиками. Способы решения конфликтов. Финансовая основа взаимоотношений с заказчиком. Формы, методы и виды оплаты работы рекламного агентства.</p> <p>Подготовка презентации по теме: Способы решения конфликтов. Подготовка схемы : <b>«Переговорный процесс с заказчиками»</b></p> <p><b>Практические занятия</b></p> <p>Решение ситуационных задач «Технология привлечения клиентов»</p> <p>Решение ситуационных задач «Переговоры с заказчиком»</p> <p><b>Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком</b></p>	8	1,2
		2	

	Провести маркетинговое исследование с целью выявления требований целевых групп потребителей на основе анализа рынка.		
<b>Тема 1.7.</b> Рекламные средства и средства распространения рекламы	<b>Лекция.</b> Рекламные средства и средства распространения рекламы Понятие и общая классификация рекламных средств. Основные элементы рекламных средств и требования, предъявляемые к ним. Средства распространения рекламы. Реклама в прессе. Аудиовизуальная реклама. Внешняя реклама. Компьютеризированная реклама. Реклама прямого действия (direct mail). Печатная реклама. Рекламные сувениры. Выставки и ярмарки.	2	<b>1,2</b>
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Проработка учебной и специальной литературы по теме: Рекламные средства и средства распространения рекламы Составление учебного кроссворда по теме: Средства распространения рекламы.	4	
	<b>Практические занятия</b> Средства размещения рекламы Выбор средств размещения рекламы Решение ситуационных задач по размещению рекламы Проектная деятельность: Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	2	<b>2,3</b>
<b>Тема 1.8.</b> Рынок рекламы и его участники	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> История развития Public relations (PR). Роль Public relations (PR) в настоящее время. Понятие и сущность Public relations (PR). Цели, задачи и функции Public relations. Информационные материалы Public relations. Организация мероприятий Public relations.	6	<b>1,2,3</b>
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Проработка учебной и специальной литературы по теме: Рынок рекламы и его участники Подготовка презентаций по теме: Понятие и сущность Public relations (PR) Составление учебного кроссворда по теме: Организация мероприятий Public relations. Рекламное агентство как необходимый субъект рекламного рынка	6	
<b>Тема 1.9.</b> Современное оборудование офиса Средства составления и изготовления текстовых документов	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Оргтехника. Основные понятия. Классификация офисной техники ее характеристика. Роль оргтехники в современном мире. Средства оргтехники. Требования безопасности труда при работе на ПК. Охрана труда. Средства составления и изготовления документов: пишущие машинки, организационные автоматы, диктофонная техника, печатающие устройства для персональных компьютеров. <b>Программы, предназначенные для</b>	10	<b>1,2,3</b>

	<b>обработки текстовой информации.</b>		
<b>Тема 1.10. Оформление торгового пространства</b>	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Современное оборудование офиса Составление учебного кроссворда по теме: Требования безопасности труда при работе на ПК. Охрана труда. Оформление заказов на изготовление визиток. Составление классификации офисной техники	6	<b>1,2</b>
<b>Тема 1.11. Средства копирования и тиражирования документов</b>	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Классификация средств; средства копирования документов; средства оперативной полиграфии: электрографическое, термографическое, фотографическое, электронно - графическое, диазографическое копирование. Гектографическая печать. Офсетная печать. Трафаретная, электронно - трафаретная печать. Ризографы. <b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Проработка учебной и специальной литературы по теме: «Средства копирования и тиражирования документов» Подготовка презентаций по теме: «Средства оперативной полиграфии» <b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Копирование и оперативное размножение документов. Анализ возможностей современного сканера, принтера, монитора, телевизора, проектора.	6  4  2	<b>1,2,3</b>
<b>Тема 1.12. Средства обработки документов</b>	<b>Лекция.</b> Средства обработки документов Адресовальные, маркировальные, штемпелевальные машины. Ламинаторы. Фальцевальные, биговальные, перфорирующие и резательные машины. Машины и устройства листоподборочные и сортировальные. Скрепляющее, склеивающее и переплетное оборудование. Конвертовскрывающие и резательные машины. Машины для нанесения защитных покрытий на документы. Машины для уничтожения документов (Шреддеры) <b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Составление учебного кроссворда на тему: «Средства обработки документов» Анализ возможностей современных средств обработки документов	2       6	<b>1,2,3</b>

	Проектная деятельность: Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.		
<b>Тема 1.13.</b> Информационно-коммуникационные технологии и вычислительные средства	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Характеристика систем административно-управленческой связи. Каналы систем связи: механические, акустические, оптические, электрические. Системы передачи недокументированной информации: телефонная связь, радиотелефонная связь, видеотелефонная связь, радиопоисковая связь. Системы передачи документированной информации. Телеграфная, факсимильная, дейтефонная связь. Факсимильные аппараты, факсимильные сервис-системы.	4	<b>1,2,3</b>
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Локальная система связи, ее назначение и характеристика. Телефонная связь, историческая справка. Иерархическая структура узлов телефонной сети. Мини-АТС. Пейджинговая, транковая и сотовая связь. Аппаратные средства: структура микрокомпьютера, архитектура ПК, отладочный стенд. Программное обеспечение: система команд, программные средства. Вычислительные средства: -многопроцессорные вычислительные системы (МПВС), - многомашинные вычислительные системы (ММВС). Системы управления электронными документами. Создание электронных документов. Хранение электронных документов. Манипулирование электронными документами	8	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Систематическая проработка учебной и специальной экономической литературы (по вопросам к параграфам, разделам учебных пособий, составленным преподавателем)	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Создание электронных документов	2	
	Анализ деловых ситуаций по составлению и оформлению текстов рекламных объявлений.		
<b>Экзамен</b>			

<p><b>Учебная практика</b></p> <p><b>Виды работ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов</li> <li>2. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.</li> <li>3. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.</li> <li>4. Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.</li> <li>5. Контакттировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.</li> <li>6. Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.</li> <li>7. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.</li> <li>8. Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы.</li> <li>9. Использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации.</li> <li>10. Контакттировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.</li> <li>11. Владеть простыми приемами создания и обработки изображений</li> </ol>	<b>36</b>	
<p><b>Производственная практика (по профилю специальности) итоговая по модулю</b></p> <p><b>Виды работ:</b></p> <p>Во время прохождения практики студент, выполняя функции рекламного агента, должен:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Составить план персональных продаж. План представить в отчете.</li> <li>2. Создать клиентскую базу (не менее 50 контрагентов). Базу представить в отчете;</li> <li>3. Вести консультации, в т.ч. по телефону для постоянных и новых клиентов по ассортименту выпускаемой продукции и оказываемых услуг, основным их характеристикам. Особенности проведения консультаций и их результативность отразить в отчете;</li> <li>4. Участвовать в проведении презентаций и переговоров. Особенности проведения и результативность отразить в отчете;</li> <li>5. Заключить договоры на изготовление/размещение рекламы по действующим на месте практики условиям и прейскурантам, копии заполненных договоров представить в приложении к отчету;</li> <li>6. Составить отчет по продажам. Проанализировать показатели эффективности продаж. Полученный результат представить в отчете по практике.</li> </ol>	<b>144</b>	
<p><b>Квалификационный экзамен</b></p>		
<p><b>Всего часов</b></p>	<b>144</b>	
<p><b>Всего часов с учетом практик</b></p>	<b>324</b>	

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. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6

##### **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).

<b>Результаты (освоенные профессиональные компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ПК 1.1 Осуществлять поиск рекламных идей.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- иметь представление о важнейшем компоненте рекламной деятельности</li> <li>- иметь представление о создании рекламного продукта</li> <li>- знает виды рекламного продукта</li> <li>- знает психологию восприятия рекламного продукта</li> <li>- понимает сущность рекламной концепции и рекламной идеи</li> <li>- использовать методы активации поиска идей</li> </ul>	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экспертной оценки на практическом занятии;</li> <li>- защиты практических работ;</li> <li>- тестирования</li> </ul> <p>Зачеты по производственной практике и разделам профессионального модуля.</p> <p>Экспертная оценка действия на практике, анализа (самоанализа) деятельности, решения конкретных ситуаций в период производственной практики.</p> <p>Квалификационный</p>

<p>ПК. 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Имеет представление о видах художественной графики;</li> <li>- Знает приемы и средства композиционной организации;</li> <li>- Знает приемы и способы создания рекламного образа;</li> <li>- Знает изобразительные средства рекламы;</li> <li>- Выполняет эскизы от руки и с помощью компьютерных графических программ;</li> <li>- Использует выразительные возможности шрифтового изображения;</li> <li>- Использует различные художественные средства при разработке рекламного продукта</li> </ul>	<p>экзамен по профессиональному модулю.</p>
<p>ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знает основные этапы выполнения рекламного проекта;</li> <li>- проводит исследование;</li> <li>- разрабатывает дизайн-концепцию;</li> <li>- разрабатывает композиционно-пластические решения;</li> <li>- обосновывает идею проекта.</li> </ul>	
<p>ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знает приемы и способы создания рекламного образа;</li> <li>- использует различные способы при создании визуальных рекламных образов</li> </ul>	
<p>ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выявление требований целевых групп потребителей;</li> </ul>	
<p>ПК. 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- разработка средств продвижения рекламного продукта;</li> <li>- разработка маркетинговой части бизнес-плана</li> <li>- знает виды рекламной деятельности;</li> <li>- знает структуру рекламного рынка.</li> </ul>	

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.

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
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.

<p>ОК2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- умение выбирать и применять методы и способы решения профессиональных задач в области разработки программных продуктов;</li> <li>- умение давать оценку эффективности и качеству выполнения проектных работ;</li> <li>- умение рационально планировать и организовывать деятельность.</li> <li>-</li> </ul>	<p>Итоговая аттестация. Наблюдение, тестирование; Оценка и защита отчетов по практическим работам, учебным и производственным практикам.</p>
<p>ОК3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- умение решать проблемы в стандартных и нестандартных ситуациях;</li> <li>- обоснованность способа решения проблемы;</li> <li>- ясность и аргументированность изложения собственного мнения;</li> <li>- достижение поставленных целей и задач при решении проблем</li> </ul>	<p>Итоговая и рубежная аттестация. Наблюдения, тестирование.</p>
<p>ОК4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- умение находить необходимую информацию для подготовки и решения задач;</li> <li>- навыки использования различных источников всех видов;</li> <li>- умение анализировать</li> </ul>	<p>Рубежная аттестация. Наблюдения, тестирование. Анализ и оценка защиты рефератов, докладов, презентаций.</p>
	<p>многообразие информации.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обоснованность выбора информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</li> <li>- полнота, достоверность и научность собранной информации.</li> <li>- результативность информационного поиска.</li> </ul>	

<p>ОК 5. Использовать информационно – коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- умение применять информационно – коммуникационные технологии в своей профессиональной деятельности.</li> </ul>	<p>Анализ и оценка коммуникативных навыков студента на производственной практике. Рубежная аттестация. Наблюдения, тестирование.</p>
<p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- умение взаимодействовать со студентами, преподавателями в ходе обучения;</li> <li>- знание теории менеджмента о сотрудничестве с работниками в производственном коллективе.</li> <li>- использование делового стиля общения;</li> <li>- соблюдение субординационных отношений;</li> <li>- построение продуктивного процесса общения, толерантное восприятие позиции субъекта взаимодействия;</li> <li>- умение привлечь других субъектов трудового процесса к решению поставленных задач.</li> </ul>	<p>Итоговая аттестация, рубежная аттестация.</p>
<p>ОК7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения задания</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- умение проводить самоанализ и коррекцию результатов собственной работы;</li> <li>- умение организовывать выполнение задания при работе в группе;</li> <li>- проявляет ответственность за работу подчиненных, результат выполнения заданий.</li> </ul>	<p>Итоговая аттестация. Рубежная аттестация. Тесты – опросники. Наблюдение, беседы, анализ деятельности.</p>
<p>ОК8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- владение навыками самообразования;</li> <li>- умение строить траекторию собственного обучения и повышения квалификации.</li> </ul>	<p>Итоговая аттестация. Оценка самостоятельной работы, участие в НИР.</p>
<p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- умение анализировать перспективы инноваций в области разработки программных продуктов в области ИС;</li> <li>- умение использовать на практике современные технологии в области делопроизводства.</li> </ul>	<p>Рубежная аттестация. Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практике.</p>

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

#### Вопросы к итоговой аттестации

1. История развития рекламы.
2. Развитие рекламы в России.
3. Развитие рекламы за рубежом.
4. Сущность рекламы.
5. Цели и задачи рекламы.
6. Функции рекламы.
7. Концепция рекламы.
8. Классификация рекламы.
9. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
10. Реклама как метод управления людьми.
11. Процесс воздействия и восприятия рекламы.
12. Психология потребительской мотивации поведения покупателей.
13. Нормативно-правовое поле рекламы.
14. Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров, работ, услуг.
15. Саморегулирование рекламной деятельности.

16. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу
17. Характеристика рынка рекламы на современном этапе в России и за рубежом.
18. Участники рекламного процесса и их функции.
19. Рекламная среда.
20. Организационная схема рекламного процесса.
21. Рекламодаватель: варианты организации рекламного процесса.
22. Организационная структура рекламных служб.
23. Рекламное агентство: основные задачи, классификация, структура.
24. Средства массовой информации
25. Способы поиска и привлечения клиентов.
26. Самореклама.
27. Переговорный процесс с заказчиками.
28. Способы решения конфликтов.
29. Финансовая основа взаимоотношений с заказчиком.
30. Формы, методы и виды оплаты работы рекламного агентства.
31. Понятие и общая классификация рекламных средств.
32. Основные элементы рекламных средств и требования, предъявляемые к ним.
33. Средства распространения рекламы.
34. Реклама в прессе.
35. Аудиовизуальная реклама.
36. Внешняя реклама.
37. Компьютеризированная реклама.
38. Реклама прямого действия (direct mail).
39. Печатная реклама. Рекламные сувениры
40. Выставки и ярмарки.
41. История развития Public relations (PR).
42. Роль Public relations (PR) в настоящее время.
43. Понятие и сущность Public relations (PR).
44. Цели, задачи и функции Public relations.
45. Информационные материалы Public relations.
46. Организация мероприятий Public
47. Адресовальные, маркировальные, штемпелевальные машины.
48. Ламинаторы. Фальцевальные, биговальные, перфорирующие и резательные машины.
49. Машины и устройства листоподборочные и сортировальные. Скрепляющее, склеивающее и переплетное оборудование.
50. Конвертовскрывающие и резательные машины. Машины для нанесения защитных покрытий на документы.
51. Машины для уничтожения документов (Шредеры)
52. Характеристика систем административно-управленческой связи.
53. Каналы систем связи: механические, акустические, оптические, электрические.
54. Системы передачи недокументированной информации: телефонная связь, радиотелефонная связь, видеотелефонная связь, радиопоисковая связь.
55. Системы передачи документированной информации. Телеграфная, факсимильная,
56. Факсимильные аппараты, факсимильные сервис-системы. Локальная система связи, ее назначение и характеристика.

57. Телефонная связь, историческая справка. Иерархическая структура узлов телефонной сети. Мини-АТС.
58. Пейджинговая, транковая и сотовая связь.
59. Аппаратные средства: структура микрокомпьютера, архитектура ПК, отладочный стенд.
60. Программное обеспечение: система команд, программные средства. Вычислительные средства: многопроцессорные вычислительные системы (МПВС)
61. Многомашинные вычислительные системы (ММВС).
62. Системы управления электронными документами.
63. Создание электронных документов.
64. Хранение электронных документов. Манипулирование электронными документами.

### **Примерные темы рефератов (докладов), индивидуальных проектов**

1. Роль рекламы в жизни общества (современное состояние).
2. История развития и эволюция рекламы.
3. Понятие и сущность рекламы. Виды рекламы.
4. Нормативно – правовая база рекламного бизнеса в России.
5. Организация рекламной деятельности на фирме.
6. Исследования рынка рекламы (на примере конкретного рынка).
7. Имиджевая реклама и ее составляющие.
8. Создание брендов.
9. Основные принципы построения рекламного обращения.
10. Психологические механизмы воздействия рекламы.
11. Использование в рекламе мотивов.
12. Стереотипы, влияющие на характеристики рекламы.
13. Значение цвета в рекламе.
14. Шрифт в рекламе. Виды шрифтов
15. Роль и место рекламы в прессе. Ее виды.
16. Методы НЛП в рекламе.
17. Основные характеристики печатных средств массовой информации.
18. Содержание и оформление рекламного объявления.
19. Значение и особенности радио – рекламы.
20. Телевизионная реклама: особенности, виды, приемы создания.
21. Прямая почтовая реклама и ее преимущества.
22. Реклама на выставках. Цели и задачи участия в выставках.
23. Планирование и организация рекламной кампании.
24. Реклама на месте продаж как важный инструмент стимулирования продаж.
25. Планирование рекламного бюджета: факторы, методы.
26. Способы и приемы оценки эффективности рекламы.
27. Наружная реклама. Требования к размещению наружной рекламы.
28. Рекламные агентства и их структура.
29. Социальная и политическая реклама.
30. Понятие «паблик рилейшнз» и его составляющие.

**5. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ**

№ изменения, дата изменения; № страницы с изменением	
<b>БЫЛО</b>	<b>СТАЛО</b>
Основание:	
Подпись лица внесшего изменения	