

ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ
ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

Заочная форма обучения

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

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	13
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	17

**1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ
РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля – является частью основной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВД): Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности ППСЗ по специальности 42.02.01 Реклама и овладению профессиональными и общими компетенциями:

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
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	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, обеспечивать её сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности

С целью овладения указанным видом деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен иметь практический опыт, умения и знания

Результаты (освоенные ПК и ОК)	Код и наименование практического опыта	Код и наименование умений	Код и наименование знаний
<p>ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей</p> <p>ОК1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес</p>	<p>ПО 4.1.1. Взаимодействие с субъектами рекламной деятельности</p>	<p>У 4.1.1. проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиками;</p> <p>У 4.1.2. работать с рекламой в средствах массовой информации;</p>	<p>З 4.1.1. аспекты планирования рекламы;</p> <p>З 4.1.2. этапы принятия и реализации управленческих решений;</p> <p>З 4.1.3. классификацию целей менеджмента</p>
<p>ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее</p> <p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности</p> <p>ОК8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации</p> <p>ОК9. Быть готовым</p>	<p>ПО 4.2.1. планирование, разработки и технического исполнения рекламного проекта;</p> <p>ПО 4.2.2. контролирование соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;</p>	<p>У 4.2.1. составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;</p> <p>У 4.2.2. проводить презентацию рекламного продукта;</p>	<p>З 4.2.1. Понятие конкуренции на рынке услуг и её роль. экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;</p> <p>З 4.2.2. основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;</p> <p>З 4.2.3. пути эффективного использования материальных трудовых и финансовых ресурсов;</p>

к смене технологий в профессиональной деятельности			
ПК 4.3.Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт ОК 2.Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	ПО 4.3.1 подготовка документации для регистрации и авторских прав	У 4.3.1 подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав.	З 4.3.1 основные законы и нормативные акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Коды профессиональных компетенций	Наименование профессионального модуля	Макс. учебная нагрузка	в т. ч. вариативных часов	Объем времени, отведенный на освоение профессионального модуля					Практика		
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Произв., часов	
				Всего, Часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2		4	5	6	7	8	9	10	11	
ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3	МДК 04.01. Раздел 1 Менеджмент	42			12	6		16			
ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3	МДК 04.01. Раздел 2 Экономические основы рекламной деятельности	118			22	16					
ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3	Производственная практика	108									108
	ЭКЗАМЕН	6									
	Всего:	268			34	22		126			108

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала	Лабораторные, практические и контрольные работы, самостоятельная работа обучающихся	Обязательная учебная нагрузка (час)			Умения, знания		Информационно-техническое обеспечение		Формы и виды контроля
			Теоретические	Лабораторно-практические	Самостоятельная работа	У	З	Информационные источники	Средства обучения	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Раздел 1. Менеджмент			6	6	30	-	-	-	-	-
Тема 1.1. Основные понятия рекламного менеджмента. Теория развитие менеджмента	Введение. Основные понятия курса Рекламная кампания. Цели, виды и этапы разработки Рекламный менеджмент. Основные составляющие. Связь с теорией общего менеджмента Этапы развития менеджмента	РО 1 Выполнение Выбор рекламного продукта	2	-	10	У 4.2.1. У 4.1.2.	3 4.1.1. 3 4.1.3.	1	УМК	опрос
Тема 1. 2. Информационная подготовка рекламной кампании	Информационное обеспечение рекламной кампании Планирование рекламной кампании. Профиль (портрет) целевой аудитории. Планирование. SWOT, PEST анализы	РО 2.Выполнение профиля ЦА РО 3. Выполнение SWOT-анализа	2	4	10	У 4.2.1.	3 4.1.1.	1	УМК	опрос
Тема 1.3 Организация рекламной кампании. Анализ эффективности рекламной	Внешняя и внутренняя среда организации. Коммуникации внутри организации. Этапы развития организации. Типы (стили) руководства. Организационные структуры Организация рекламной кампании.	РО 4 Выполнение брифа	2	2	10	У 4.2.1.	3 4.1.3. 3 4.1.2.	1	УМК	опрос

кампании	Управленческие решения. Бриф Анализ эффективности рекламной кампании									
Раздел 2. Экономические основы рекламной деятельности			6	16	96					
Тема 2.1 Сущность и содержание экономических основ рекламной деятельности. Управление отношениями субъектов рекламного рынка	Категории и предмет рекламного менеджмента. Цели, основные адресаты и структура СМК. Субъекты рекламного рынка. Рекламодатели. Рекламные агентства. Характеристика средств массовой информации. Взаимодействие рекламодателя со средствами массовой информации.	Р.5.О Выполнение реферата на тему: Экономические аспекты работы с СМИ.	10	2	32	У 4.2.2.	3 4.2.1	2	УМК	опрос
Тема 2.2 Функции управления рекламной деятельностью	Основные задачи, содержание и элементы планирования рекламной деятельности. Организация и координация рекламной деятельности. Цель, содержание и результаты выполнения функции организации в рекламном менеджменте. Функции и задачи рекламного отдела на предприятии. Понятие, цели, принципы классификации контроля рекламной деятельности. Этапы и методы рекламных исследований. Оценка эффективности рекламной деятельности. Определение экономической эффективности рекламы. Экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации. Планирование, разработки и технические исполнения рекламного проекта.	Р. 6.О Выполнение реферата на тему: Особенности презентации рекламного продукта. Р.7.О Расчет стоимости рекламного продукта	24	10	32	У 4.1.2.	3 4.2.3 3 4.2.2	2	УМК	опрос

Тема 2.3 Регулирование рекламной деятельности. Авторское право.	Законы и нормативные акты, регламентирующие рекламную деятельность в РФ. Авторское право в рекламе. Выполнение подготовки документации для регистрации авторских прав	Р.8.О Выполнение электронной презентации на тему: Авторские права в рекламе	12	2	32	У 4.3.1	3 4.3.1	2	УМК	опрос
	ВСЕГО		12	22	126					
ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ										ЭКЗАМЕН

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация рабочей программы профессионального модуля предполагает наличие учебного кабинета: Экономики и менеджмента.

4.1.1. Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-наглядных пособий.

4.1.2. Технические средства обучения:

- видеопроектор,
- экран.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику.

Оборудование учебных кабинетов и рабочих мест кабинетов:

1. Кабинет

1.1. Компьютер, подключенный к информационно-коммуникационной сети «Интернет»

1.2. Мультимедийный проектор

4.2. Информационное обеспечение обучения

1. Основные источники:

1.1 Грибов В. Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебное пособие / В. Д. Грибов. — Москва : КноРус, 2023. — 224 с.

1.2 Комиссарова М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 с.

2. Дополнительные источники:

2.1 Сергеев, Е. Ю. Технология производства печатных и электронных средств информации : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 227 с.

3. Периодические издания

Газеты: «Коммерсант-Daily», «Экономика и жизнь», «Ведомости» (вкладка «Компании и рынки»), журналы: «Деньги», «Эксперт», «Секрет фирмы», «Компания».

Интернет-ресурсы:

<http://www.cfin.ru> Корпоративный менеджмент. Материалы и публикации по всем отраслям менеджмента, в том числе теоретико-методологического характера.

<http://www.profy.ru> Публикации, статьи и методические материалы по менеджменту.

<http://www.ptpu.ru> Сайт журнала «Проблемы теории и практики управления». Публикации, статьи и методические материалы по менеджменту.

<http://www.devbusiness.ru> Сайт «Развитие Бизнеса». Материалы по организационному дизайну и анализу организаций.