

АНО СПО «Бирский кооперативный техникум»

Внутренняя техническая и содержательная экспертиза рабочей программы учебной дисциплины/профессионального модуля

Специальность **42. 02. 01 Реклама**

Наименование УД/ПМ: *05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 Акт рекламной*

№	Предмет технической экспертизы	Критерии оценивания	да	нет
1	Паспорт (пояснительная записка) программы учебной дисциплины	1.1. Наличие раздела «Паспорт программы УД/ПМ» или пояснительной записки и ее соответствие утвержденной в ОУ формой рабочей программы 1.2. Соответствие паспорта макету программы (указаны область применения программы, место УД/ПМ в структуре ОПОП, цели и задачи, количество часов на освоение программы) 1.3. Соответствие объема часов на освоение УД/ПМ объему, указанному в РУП	✓ ✓ ✓	
2	Структура и содержание учебной дисциплины	2.1. Наличие раздела «Структура и содержание УД/ПМ» 2.2. Указаны виды учебной работы и объем часов на их выполнение 2.3. Указана форма итоговой аттестации 2.4. Имеется тематический план, в котором указано содержание учебного материала, перечень лабораторных, практических и контрольных работ, содержание самостоятельной работы обучающихся, тематика курсовых работ	✓ ✓ ✓ ✓	
3	Условия реализации учебной дисциплины	3.1. Указаны требования к минимальному материально-техническому обеспечению (учебные кабинеты, лаборатории, мастерские, оборудование, ТСО, необходимые для реализации программы) 3.2. Имеется перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы, оформленный в соответствии с ГОСТом и требованиями к году издания	✓ ✓	
4	Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины	4.1. Определены формы и методы контроля и оценки результатов обучения 4.2. Результаты обучения соответствуют результатам, указанным в паспорте программы УД/ПМ 4.3. Формы контроля конкретизированы с учетом специфики обучения	✓ ✓ ✓	
5	Объем времени на освоение учебной дисциплины	5.1. Общий объем времени, отведенного на освоение УД/ПМ (всего часов), в паспорте программы, таблицах «Содержание обучения» и «Тематический план» совпадает 5.2. Объем обязательной аудиторной нагрузки в паспорте программы, таблицах «Содержание обучения» и «Тематический план УД/ПМ» совпадает 5.3. Объем времени, отведенного на выполнение лабораторных и практических занятий, в паспорте программы, таблицах «Содержание обучения» и «Тематический план УД/ПМ» совпадает 5.4. Объем времени, отведенного на самостоятельную работу, в паспорте программы, таблицах «Содержание обучения» и «Тематический план УД/ПМ» совпадает	✓ ✓ ✓ ✓	
	Итоговое заключение	Рабочая программа рекомендована к содержательной экспертизе	✓	
		Рабочая программа рекомендована к доработке		
Внутреннюю экспертизу провел <u>Олеф</u> (<u>Аксимова И.И.</u>) Дата <u>28.08.18</u>				

№	Предмет содержательной экспертизы	Критерии оценивания	да
1	Паспорт программы	<p>1.1. Формулировка пункта 1.1. «Область применения программы» в достаточной мере определяет специфику использования программы УД/ПМ в основном и дополнительном профессиональном образовании</p> <p>1.2. Формулировка компетенций, знаний и умений в инвариантной части соответствует ФГОС</p> <p>1.3. Наличие дополнительных компетенций, знаний и умений</p> <p>1.4. Требования к умениям и знаниям в инвариантной части соответствуют ФГОС</p>	<p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p>
2	Структура и содержание УД/ПМ	<p>2.1. Наименование разделов УД/ПМ отражает содержание всех компетенций</p> <p>2.2. Почасовое распределение тем – оптимально</p> <p>2.3. Содержательное распределение между «теорией», лабораторными работами и практическими занятиями полностью соответствует основным показателям оценки результатов обучения</p> <p>2.4. Почасовое распределение между «теорией», лабораторными работами и практическими занятиями соответствует специфике основных показателей оценки результатов обучения .</p> <p>2.5. Уровень освоения учебного материала определен с учетом формируемых умений в процессе выполнения лабораторных работ, практических занятий.</p> <p>2.6. Тематика домашних заданий самостоятельной работы раскрывается «диагностичными» формулировками, отражающими о вещественный результат учебно-познавательной деятельности обучающегося</p>	<p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p>
3	Условия реализации УД/ПМ	<p>3.1. Перечень учебных кабинетов (мастерских, лабораторий и др.) обеспечивает проведение всех видов лабораторных работ и практических занятий, предусмотренных программой</p> <p>3.2. Перечисленное оборудование обеспечивает проведение всех видов лабораторных работ и практических занятий, предусмотренных программой</p> <p>3.3. Перечень рекомендуемой основных и дополнительных источников (включая Интернет-ресурсы) содержательно достаточен для реализации образовательного процесса</p> <p>3.4. Требования к организации образовательного процесса в достаточной мере раскрывают особенности освоения программы</p>	<p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p>
4	Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины	<p>4.1. Результаты обучения сформулированы однозначно для понимания и оценивания</p> <p>4.2. Основные показатели оценки результатов обучения соответствуют заявленным компетенциям</p> <p>4.3. Основные показатели оценки результатов обучения в полной мере раскрывают специфику соответствующих профессиональных компетенций</p> <p>4.4. Комплекс форм и методов контроля и оценки умений и знаний образует систему достоверной и объективной оценки уровня освоения дисциплины</p>	<p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p>
	Итоговое заключение	<p>Рабочая программа рекомендована к утверждению</p> <p>Рабочая программа рекомендована к доработке</p>	<p>✓</p>

Внутреннюю экспертизу провёл Свеш (Ахкашова И. И.)
Дата 28.08.18

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу профессионального модуля
«Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих,
должностям служащих 20032 Агент рекламный»,
разработанной в АНО СПО «Бирский кооперативный техникум»

Программа профессионального модуля «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 Агент рекламный» предназначена реализации государственных требований к уровню подготовки выпускников по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама.

Предметом профессионального модуля «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 Агент рекламный» являются основные вопросы, касающиеся организации деятельности по работе с заказчиком, а также размещения сопровождения рекламы.

Программа профессионального модуля «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 Агент рекламный» составлена в соответствии с «Разъяснениями по формированию примерных программ профессиональных модулей среднего профессионального образования на основе Федеральных государственных образовательных стандартов среднего профессионального образования, разработанных Департаментом государственной политики и нормативно-правового регулирования в сфере образования Министерства образования и науки Российской Федерации».

Программа «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 Агент рекламный» содержит следующие элементы: титульный лист, паспорт (указана область применения программы, место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы, цели и задачи, объем и виды учебной работы, тематический план и содержание, условия реализации программы (требования к минимальному материально-техническому обеспечению, перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет ресурсов, дополнительная литература); контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля.

Перечень компетенций (ОК и ПК) содержит все компетенции, указанные в тексте ФГОС. Требования к практическому опыту, умениям и знаниям соответствуют перечисленным в тексте ФГОС.

Программа рассчитана на 82 часа (обязательная аудиторная нагрузка), из которых 40 часов отводится на практические и лабораторные занятия. Самостоятельная работа составляет 41 час, спланированы ее тематика, виды и формы в каждом разделе (теме).

Определены требования к материальному обеспечению программы. В разделе «Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины» разработана система контроля сформированности компетенций и овладения знаниями и умениями по каждому разделу программы. Тематика и формы контроля соответствуют целям и задачам профессионального модуля.

Четко сформулированная цель программы и структура находятся в логическом соответствии.

Содержание программы направлено на достижение результатов, определяемых ФГОС. Содержание отражает последовательность формирования знаний, указанных в ФГОС. В полной мере отражены виды работ, направленные на приобретение умений.

Программа может быть рекомендована для использования в образовательном процессе АНО СПО «Бирский кооперативный техникум»

Рецензент:

директор техникума
Ирина Викторовна



Рабочая программа профессионального модуля ПМ.05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 Агент рекламный разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01. Реклама и ФГОС СПО по профессии Агент рекламный (утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 2 августа 2013 г. N 658)

ОДОБРЕНО Методическим советом техникума
Протокол № 9 от «29» 06 2018 г.
Председатель Методсовета [подпись] /Аутеркина А.А./

РАССМОТРЕНО
на заседании ПЦК УГ. 42.00.00 Средства массовой информации и
информационно-библиотечное дело
Протокол № 5 от «29» 06 2018 г.
Председатель ПЦК [подпись] /Ахкашова М.И. /

РАССМОТРЕНО
на заседании ПЦК УГ. 42.00.00 Средства массовой информации и
информационно- библиотечное дело
Протокол № 1 от «29» 08 2019 г.
Председатель ПЦК [подпись] /Ахкашова М.И. /

РАССМОТРЕНО
на заседании ПЦК УГ. 42.00.00 Средства массовой информации и
информационно-библиотечное дело
Протокол № 1 от «28» 08 2020 г.
Председатель ПЦК [подпись] /Ахкашова М.И. /

РАССМОТРЕНО
на заседании ПЦК УГ. 42.00.00 Средства массовой информации и
информационно-библиотечное дело
Протокол № 1 от «30» 08 2021 г.
Председатель ПЦК [подпись] /Мухомелова С.Е. /

СОДЕРЖАНИЕ

1	ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2	РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	12
5	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	14

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.05. ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ 20032 АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля **ПМ.05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 Агент рекламный** - является частью программы подготовки специалистов среднего звена рабочей в соответствии с ФГОС по специальности СПО **42.02.01 Реклама** (базовой подготовки) в части освоения основного вида профессиональной деятельности **Агент рекламный** и соответствующих общих и профессиональных компетенций:

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.

ДПК. 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.

ДПК. 5.2. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.

ДПК. 5.3. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.

ДПК. 5.4. Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.

ДПК. 5.5. Вести переговоры с заказчиками.

ДПК. 5.6. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.

ДПК. 5.7. Контакттировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.

ДПК. 5.8. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.

ДПК. 5.9. Контакттировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.

Рабочая программа профессионального модуля может использоваться при разработке программы по дополнительному профессиональному образованию и профессиональной подготовке работников в области рекламы.

1.2. Цели и задачи модуля - требования к результатам освоения модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- ведения переговоров с заказчиком;
- использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа, при продвижении рекламы;
- оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком; организация связи со средствами массовой информации;
- работы в рекламных акциях в качестве исполнителя.

уметь:

- контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиками;
- осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг; выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;
- проводить основные мероприятия связей с общественностью;
- применять средства связи;
- использовать способы оперативной полиграфии;
- использовать вычислительные средства в рекламной деятельности.
- контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения;
- пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений;
- оцифровывать текстовую и графическую информацию.

знать:

- виды рекламной деятельности;
- виды рекламных средств и средств распространения рекламы;
- требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;

- субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;
- правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг;
- ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу;
- социально-психологические основы рекламы;
- факторы и методы воздействия рекламы на человека;
- факторы, влияющие на покупку товара;
- информационные материалы связей с общественностью, их виды;
- организационную структуру организаций;
- средства оргтехники и требования безопасности труда;
- средства составления оригиналов текстовых документов;
- средства копирования и оперативного размножения документов;
- средства для обработки документов;
- средства связи;
- вычислительные средства;
- основные виды производства рекламного продукта;
- правила составления текстов рекламных объявлений;
- основные средства компьютерной обработки информации;
- основы цифровой фотографии;
- средства информационно-коммуникационного обеспечения;
- направления рекламной работы;
- содержание рекламной информации;
- применяемые средства рекламы;
- рекламные мероприятия;
- понятие о разделении рекламных функций оптовой, розничной торговли и промышленности.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего - **267** часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 123 часа, включая:
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 82 часа;
 самостоятельной работы обучающегося - 41 час;
 учебной практики – 144 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля **ПМ.04. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 Агент рекламный** является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности **Агент рекламный**, в том числе профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ДПК. 5.1.	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.
ДПК. 5.2.	Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.
ДПК. 5.3.	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.
ДПК. 5.4.	Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.
ДПК. 5.5.	Вести переговоры с заказчиками.
ДПК. 5.6.	Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.
ДПК. 5.7.	Контактировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.
ДПК. 5.8.	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.
ДПК. 5.9.	Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.
ОК. 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК. 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК. 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК. 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК. 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК. 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК. 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК. 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК. 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК. 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК. 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 Агент рекламный

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности),** часов
			Всего, часов	в т.ч. практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа, часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ДПК 5.1-5.9	МДК 05.01. Организация деятельности по работе с заказчиком, размещение и сопровождение рекламы	123	82	40	-	41	-	144	-
	УП. 05. Учебная практика	144	-	-	-	-	-	-	-
Промежуточная аттестация по УП.05. в форме дифференцированного зачета в 4 семестре									
Всего:		267	82	40	-	41	-	144	

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ. 05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 Агент рекламный

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
ПМ. 05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 Агент рекламный		267	
МДК. 05.01. Организация деятельности по работе с заказчиком, размещение и сопровождение рекламы		123	
Тема 1. Организация рекламной деятельности	Содержание учебного материала:	14	
	1 Характеристика и классификация рекламы.		2
	2 Социально-психологические основы рекламы		
	3 Правовое регулирование рекламной деятельности.		
	4 Рынок рекламы и его участники.		
	5 Организация деловых коммуникаций на рынке рекламы.		
	6 Рекламные средства и средства распространения рекламы.		
	7 Организация Public relations (PR).		
	Практические работы	16	
	1 Решение ситуационных задач в области нарушения рекламного законодательства.		
	2 Составление брифа на рекламу.		
	3 Тренинг «Организация рекламного агентства»		
	4 Тренинг «Технология привлечения клиентов»		
	5 Тренинг «Переговоры с заказчиком»		
	6 Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком.		
7 Решение ситуационных задач по размещению рекламы.			
8 Разработка PR-кампании продукта (услуги). Презентация плана PR-кампании. Оценка эффективности PR-деятельности по заданным критериям.			
Тема 2. Современная оргтехника	Содержание учебного материала:	10	
	1 Современное оборудование офиса.		2
	2 Средства составления и изготовления текстовых документов.		
	3 Средства копирования и тиражирования документов.		
	4 Средства обработки документов.		
	5 Информационно-коммуникационные технологии и вычислительные средства		
	Практические работы	10	
	1 Оформление заказов на изготовление визиток. Сканирование и распознавание текста в программе ABBYY FineReader. Автоматический перевод текста.		

	2	Копирование и оперативное размножение документов.		
	3	Технологии WWW (WORLD-WIDE-WEB).		
	4	Создание рекламного проспекта фирмы.		
	5	Анализ возможностей современной оргтехники.		
Тема 3. Реализация рекламного заказа	Содержание учебного материала:		10	
	1	Рекламная информация. Рекламная коммуникационная система. Классификация рекламных агентств. Содержание рекламной информации. Основы разработки рекламных текстов.		2
	2	Рекламная деятельность. Структура BTL- агентств. Классификация POS-материалов. Проведение промо-акций.		
	3	Организация размещения рекламы. показы. выставки. PR-компании: дегустации, презентации, рекламная продажа, рекламное шоу, рекламный аукцион. процесс получения заказа: подготовка предложения, изложение и обсуждение предложения с заказчиком. Взаимодействие со СМИ. Размещение рекламного заказа. Выбор видов рекламы и средств ее размещения. Разработка и выбор средств распространения рекламы. Покупка средств рекламы. Выбор носителя рекламы. Проведение переговоров с партнерами в интересах клиента. Помощь клиенту в решении оперативных вопросов.		
	4	Сопровождение рекламного заказа.		
	5	Брендинг. понятие «бренд», «брендинг». Виды брендинга, правила и этапы создания бренда. Технологии и способы создания бренда.		
	Практические работы		10	
	1	Анализ рекламных обращений современной рекламы. Составление рекламного обращения, его графическое сопровождение.		2
	2	Составление рекламной печатной листовки. Составление брифа на рекламный текст.		
	3	Разработка структуры BTL- агентств, его логотипа, печатной продукции: визиток, листовок, открыток.		
4	Разработка рекламной компании. Выбор рекламных площадок. Подготовка рекламного текста, необходимых материалов. Подготовка отчетов.			
5	Бюджет рекламной компании. Рекламная деятельность оптовых и промышленных предприятий, реклама в магазине.			
Тема 4. Основы информационных технологий в рекламной деятельности	Содержание учебного материала:		8	
	1	Применение информационных технологий в рекламе. Рекламные исследования. Планирование и создание рекламной стратегии.		2
	2	Программное обеспечение информационных технологий. прикладное программное обеспечение. Метод ориентированное прикладное программное обеспечение. проблемно-ориентированное программное обеспечение. Программное обеспечение для глобальных сетей.		
	3	Основы компьютерной графики. Понятие, задачи и область применения компьютерной графики. Область применения компьютерной графики.		
	4	Развитие интернет - технологий. Интернет технологии в рекламе. классификация web-сайтов. Карта сайта, система навигации сайта. Уровни анализа эффективности рекламы в Интернете. Формы продвижения в Интернете.		

	Практические работы		4	
1	Работа с текстом, со стилями, объектами, графикой, с мастер страницами.			
2	Определение эффективности web-сайта.			
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Составление глоссария. Маркировка лекционного материала. Подготовка информационных сообщений по следующим темам: «основные виды рекламы» «потребительские мотивы, используемые в рекламных объявлениях» «примеры недобросовестной, неэтичной, недостоверной рекламы» «ведущие рекламные агентства России» «телевизионная реклама» «позитивное и негативное влияние рекламы на общество посредством сети Интернет, в печатных СМИ» Оформление рекламного буклета. Создание видеоряда средств оперативной полиграфии. Описание алгоритма работы средств оперативной полиграфии. Создание баз данных клиентов. Подготовка презентационных материалов по рекламной деятельности оптовых, промышленных предприятий. Выполнение подборки материалов по рекламе в магазинах города. Разработка Интернет - рекламы. Использование интегрированных коммуникаций в деятельности зарубежных и российских компаний. Создание рекламного сообщения об образовательном учреждении для публикации в СМИ, демонстрации на телевидении.			41	
Учебная практика			144	
Виды работ Создание и оформление студенческой газеты для образовательного учреждения. Разработка названия студенческой рекламной газеты, ее логотипа, слогана. Оформление фирменного стиля газеты в редакторе Coral Draw. Разработка верстки газеты, оформление в Adobe in Design. Оформление стилевых элементов на каждую специальность техникума. Создание и оформление статьи о мероприятиях образовательного учреждения. Проведение переговоров с респондентами и запись интервью, разработка к содержанию иллюстраций. Подготовка макета газеты к печати. Проведение мониторинга рекламы других образовательных учреждений. Оценка рекламной деятельности конкурентов.				
Всего			267	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета «Проектирования рекламного продукта» и лаборатории «Информационных и коммуникационных технологий».

Оборудование учебного кабинета «Проектирования рекламного продукта»:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-наглядных пособий;
- комплект учебно-методической документации;
- учебные пособия.

Технические средства обучения кабинета «Проектирования рекламного продукта»:

- компьютер (или ноутбук) для преподавателя;
- маркерная доска (или проектор с проекционным экраном);
- программное обеспечение, предусмотренное учебной программой;
- компьютеры;
- доступ к глобальной сети Интернет.

Оборудование лаборатории «Информационных и коммуникационных технологий» и рабочих мест лаборатории:

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

Технические средства обучения лаборатории компьютерного дизайна:

- компьютер (или ноутбук) для преподавателя;

- маркерная доска (или проектор с проекционным экраном);

- лицензионное программное обеспечение, предусмотренное учебной программой;

- посадочные места по количеству обучающихся, оборудованные ПК;
- внешние накопители информации;
- локальная сеть;
- доступ к глобальной сети Интернет.
- аудиосистема.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень используемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Антипов К. В., Основы рекламы: учебник / К. В. Антипов. - 4-е изд., стер. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 326 с. - ISBN 978-5-394-03458-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/>
2. Елина Е. А., Семиотика рекламы: учебное пособие / Е. А. Елина. - Москва: Дашков и Ко, 2018. - 136 с.; 20 см.; ISBN 978-5-394-00254-0
3. Измайлова М. А., Психология рекламной деятельности: учебник / М. А. Измайлова. - 4-е изд., стер. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 442 с. - ISBN 978-5-394-03522-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093523>
4. Мазилкина Е. И., Основы рекламы: учебное пособие / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина, Л. А. Ольхова. - Москва: Альфа-М: ИНФРА-М, 2019. - 240 с. - (ПРОФИль). - ISBN 978-5-98281-271-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1009460>
5. Мамонова, Е. А. Правовое регулирование рекламы / Е. А. Мамонова; Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°". - Москва: Дашков и К°, 2018. - 218, [1] с.: ил., табл.; 20 см.; ISBN 978-5-91131-650-1
6. Марочкина С. С. Введение в специальность. Реклама: учеб. пособие для студентов СПО, обучающихся по специальности «Реклама» / С. С. Марочкина, Л. М. Дмитриева, Е. В. Азарова; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. - 239 с. -(Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5 - 238-01657-3. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028705>
7. Основы рекламы: учебник для студентов СПО, обучающихся по специальностям «Реклама», 080301 «Коммерция (торговое дело)», 080111 «Маркетинг» / Ю. С. Вернадская [и др.]; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. — 351 с. — (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01252-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028739>
8. Шарков Ф. И., Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг: учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093531>

Дополнительные источники:

1. Бердников И. П. PR-коммуникации: практическое пособие / И. П. Бердников, А. Ф. Стрижова; Изд.-торговая корпорация "Дашков и К°". - Москва: Дашков и К°, 2018. - 207 с.
2. Годин А. А., Интернет-реклама: Учебное пособие / А. А. Годин, А. М. Годин, В. М. Комаров. - 2-е изд. - Москва: Дашков и К, 2018. - 168 с. ISBN 978-5-394-00465-0, 1000 экз. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/337799>
3. Грачев А. С. PR-служба компании: практическое пособие / А. С. Грачев, С. А.

Грачева, Е. Г. Спирина. - Москва: Дашков и К°, 2018. - 157 с.

4. Есикова И.В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний / И. В. Есикова. - Москва: Дашков и Ко, 2018. - 158 с.

5. Чехов А. П. Реклама [Электронный ресурс] / А. П. Чехов. - М.: Инфра-М, 2018. - 2 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/518474>

Интернет-ресурсы:

1. Ассоциация компаний-консультантов в области общественных связей (АКОС): www.akos.newmail.ru

2. Европейская конфедерация связей с общественностью (CERP): www.sbg.ac.at/cerp

3. Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA): www.ipranet.ru

4. Международный Комитет Ассоциаций компаний-консультантов в области связей с общественностью (ICCO): www.marrtex.co.uk/prca

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Занятия проводятся в специализированных кабинетах.

Обязательным условием освоения профессионального модуля является предшествование освоения учебных общепрофессиональных дисциплин: Информатика, Экономика организации, Психология общения.

Текущий и промежуточный контроль предусмотрен в виде тестов, самостоятельных работ.

Обязательным условием допуска к учебной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля является освоение первичных профессиональных навыков в рамках профессионального модуля.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля и специальности.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю преподаваемой дисциплины и специальности 42.02.01 «Реклама».

Преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ДПК. 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.	Осуществление деятельности по поиску и привлечению клиентов	<p>Формы контроля обучения:</p> <p>1) <i>Текущий контроль</i> качества обученности студентов осуществляется в устной и письменной формах:</p> <p>а) фронтальный и индивидуальный опрос во время аудиторных занятий;</p> <p>б) оценка по результатам тестирования и выполнения практических работ;</p> <p>с) проверка осуществления анализа и реферирования научно-методической и учебной литературы при выполнении системы самостоятельных работ по лекционному курсу;</p> <p>д) экспертное наблюдение и оценка результатов деятельности обучающихся при выполнении работ на различных этапах учебной практики.</p> <p>2) <i>Периодический (рубежный) контроль</i> в виде теста как результат освоения ведущих тем модуля.</p> <p>3) <i>Промежуточная аттестация:</i> Учебная практика по модулю – дифференцированный зачет.</p> <p>4) <i>Итоговый контроль</i> в виде квалификационного экзамена по профессиональному модулю.</p> <p style="text-align: center;">Формы оценки</p>
ДПК. 5.2. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.	Осуществление в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг	
ДПК. 5.3. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.	Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком	
ДПК. 5.4. Опираясь в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.	Использование при работе нормативно-правовые акты, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг	
ДПК. 5.5. Вести переговоры с заказчиками	Ведение переговоров с заказчиками	
ДПК. 5.6. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.	Использование офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа	
ДПК. 5.7. Контакттировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.	Взаимодействие с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта	
ДПК. 5.8. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.	Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя	

<p>ДПК. 5.9. Контакттировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.</p>	<p>Взаимодействие со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы</p>	<p>результативности обучения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - традиционная система отметок в баллах за каждую выполненную работу. <p>Методы контроля направлены на проверку умения учащихся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - делать осознанный выбор способов действий из ранее известных; - осуществлять коррекцию (исправление) сделанных ошибок на новом уровне предлагаемых заданий; - работать в группе и представлять как свою, так и позицию группы; <p>Методы оценки результатов обучения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - мониторинг роста самостоятельности и навыков получения новых умений и знаний каждым обучающимся.
--	--	--

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
<p>ОК. 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация интереса к будущей профессии. - активность посещения -занятий, производственной практики; -активность участия в профессиональных конкурсах, семинарах , других мероприятиях на различном уровне. 	<p>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике</p>
<p>ОК. 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -обоснование постановки цели, выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области исследования рынка рекламных услуг; - демонстрация аргументированности выбора разработки рекламных продуктов; - демонстрация умения рационального распределение времени на все этапы работы, - демонстрация умения самостоятельно обнаруживать допущенные ошибки, своевременность коррекции деятельности на основе результатов самооценки; 	<p>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике</p>

ОК. 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	-демонстрация способности принятия решений стандартных и нестандартных профессиональных задач в области разработки рекламных продуктов; -демонстрация способности анализировать возможные варианты и обоснования их выбора	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК. 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	демонстрация навыков нахождения и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК. 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- демонстрация навыков использования информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК. 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	-самоанализ и коррекция результатов собственной работы -демонстрация способности взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения; -адекватная оценка собственной деятельности внутри коллектива.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК. 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- проявление ответственности за выполненную свою работу; - демонстрация умения организовывать себя и подчиненных брать ответственность за результат выполнения заданий.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК. 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	-своевременность, качество и полнота выполнения внеаудиторной самостоятельной работы – планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня. -соблюдение норм и правил принятых в коллективе; -выполнение обязанностей принятых уставом колледжа.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике

ОК. 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	-поиск инноваций в рекламной деятельности; проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности.	Экспертное 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 навыков владения основами предпринимательской деятельности в проф.сфере	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК. 11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	демонстрация навыков обладание экологической, информационной и коммуникативной культурой	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике

Формы контроля:

Текущий контроль качества обученности студентов осуществляется в устной и в письменной формах;

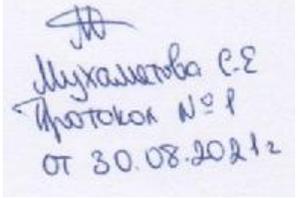
Периодический (рубежный) контроль – в виде теста, как результат освоения ведущих тем модуля;

Промежуточная аттестация – МДК 05.01 - дифференцированный зачет;

УП 05 – дифференцированный зачет;

Итоговый контроль осуществляется в виде квалификационного экзамена по профессиональному модулю.

**ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ
 ПМ.05 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ 20032
 АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ**

Учебный год	Вид изменений (объем времени, порядок освоения УД и ПМ и т.п.)	В какой документ ППСЗ вносятся изменения	Конкретное содержание изменений	Экспертное суждение о необходимости и целесообразности внесения изменений	Подпись председателя ЦК/ представителей работодателей
2021-2022	Включение планируемых личностных результатов (ЛР)	Рабочая программа	Включение следующих планируемых результатов: ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 Агент рекламный ЛР 13-19, согласно Рабочей программы воспитания 42.02.01 Реклама	Приказ Минпросвещения России № П-7 от 27.01.2022	 <p>Мукашова С.С. Протокол № 8 от 30.08.2021г</p>