

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
Уральский экономический колледж

ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (20032 Агент рекламный)

42.02.01 «Реклама»

Екатеринбург

2018 г.

Рабочая программа **рассмотрена и одобрена** предметной (цикловой) комиссией по дисциплинам профессионального учебного цикла специальностей 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело»

Протокол № 2 от 29 мая 2018 г.

Председатель предметной (цикловой) комиссии

 /А.Н. Шмидт

Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 «Реклама», утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. N 510

УТВЕРЖДЕНА решением педагогического совета АНО СПО Уральский экономический колледж

Протокол № 3 от «21» июня 2018 г.

Заместитель директора по учебно-организационной работе

 / А.В. Болотин

Организация разработчик: Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования «Уральский экономический колледж»

Преподаватель – разработчик рабочей программы:

Шмидт А.Н.

Кондратьева Т.Д.

Плешакова И.Н.

© АНО СПО «Уральский экономический колледж»

© А.Н. Шмидт, Кондратьева Т.Д., Плешакова И.Н., 2018

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	14
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	17

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (20032Агент рекламный)

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее программа) - является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): размещения и сопровождения заказа на изготовление рекламы и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

ПК 5.1. Контактировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.

ПК 5.2. Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.

ПК 5.3. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.

ПК 5.4. Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы.

ПК 5.5. Использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации.

ПК 5.6. Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.

ПК 5.7. Владеть простыми приемами создания и обработки изображений.

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области дизайна реклама при наличии среднего общего образования. Опыт работы не требуется.

1.2. Цели и задачи модуля, требования к результатам освоения профессионального модуля

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

иметь практический опыт:

- создания и оформления простых текстов рекламных объявлений;
- работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;
- использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы;
- использования информационных технологий для обработки текстовой информации;
- использования информационных технологий для получения и несложной обработки графической информации;

уметь:

- контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения;
- пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений;
- использовать технологии цифровой фотографии;
- оцифровывать текстовую и графическую информацию;
- различать элементы нормированной и ненормированной речи;
- владеть нормами словоупотребления;
- находить и исправлять в тексте лексические ошибки;
- употреблять грамматические формы слов в соответствии с литературной нормой.
- редактировать любые виды текстов

знать:

- 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;
- признаки литературного языка и типы речевой нормы;
- основные компоненты культуры речи (владение языковой, литературной нормой, соблюдение этики общения, учет коммуникативного компонента);
- особенности русского ударения, литературное произношение;
- функциональные стили русского языка, способы и приемы использования языковых ресурсов;
- приемы редактирования текстов.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Всего: 660 часов, из них:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – **480** часов, включая: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося -**318** часов; самостоятельной работы обучающегося – 162 часа;
учебная практика -144 часов;

производственная практика(по профилю специальности) – 36 часов.

1. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности Производство рекламной продукции, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

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 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

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.

ПК 1.1 Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.3 Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих **МДК 05.01. Агент рекламный**
3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих **МДК 05.01. Агент рекламный**

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименование профессионального модуля	Всего часов (макс. уч. нагрузка и практика)	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. лабораторные работы и практические занятия, часов	В т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	В т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ПК 5.1.-5.3	МДК.05. 01 Агент рекламный.	146	96	60		50				
	МДК 05.02 Психология делового общения	84	56	20		28				
	МДК05.03 Правовое обеспечение профессиональной деятельности	72	48	12		24				
	МДК05.04 Рекламная деятельность	178	118	42		60				
	Учебная практика							144		
	Производственная практика (по профилю специальности)									36

	ВСЕГО	660	318	134		162		144	36
--	--------------	------------	-----	-----	--	-----	--	-----	-----------

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

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения	
1	2	3	4	
МДК 05.01 Агент рекламный		146		
Раздел 1. Реализация рекламного заказа				
Тема 1.1 Рекламная информация	Содержание Рекламная коммуникационная система. Субъекты рекламной коммуникационной системы, их взаимоотношения между ними, роль субъектов в рекламной коммуникации. Классификация рекламных агентств. Роль современных рекламных агентств, их назначение, взаимосвязи между агентствами. Содержание рекламной информации. Требования, предъявляемые к содержанию рекламной информации .	1	1	
	Практические занятия	2	2	
	1. Рекламное агентство и рекламодаделец. Способы привлечения клиентов. Характер взаимоотношений рекламного агентства и рекламодателя. Разработка брифа, его заполнение.			
	2. Анализ рекламных обращений современной рекламы - печатная рекламная продукция на примерах российского опыта			
	Самостоятельная работа Выполнить маркировку лекционного материала Составить глоссарий - словарь рекламиста Сделать подборку рекламных обращений современной российской рекламы	2	3	
	Содержание Основы разработки рекламных текстов. Принципы составления рекламных текстов. Художественное оформление рекламы: цвет в дизайне, эмоциональное восприятие цвета, сочетание цвета и фона, влияющие на удобочитаемость шрифта.	1	1	

	Практические занятия		4	2
	1.	Составление рекламного обращения		
	2.	Графическое сопровождение рекламного сообщения – эскизы		
	3.	Презентация разработанной рекламной информации		
	4.	Составление рекламной печатной листовки		
	5.	Составление брифа на рекламный текст		
Самостоятельная работа		2	3	
Выполнить маркировку лекционного материала - 1 Составить глоссарий - словарик рекламиста-1 Доработка рекламной печатной листовки.				
Тема 1.2. Рекламная деятельность	Содержание		2	1
	Структура BTL – агентств. Классификация POS – материалов. Проведение Promo- акций.			1
	Практические занятия		4	2
	1.	Основные виды производства рекламного продукта.		
	2.	Услуги, продукция BTL – агентств.		
	3.	POS – материалы, их виды, разработка		
	4.	Стимулирование покупателей		
	5.	Разработка структуры BTL – агентств, его логотипа, печатной продукции: визитка, листовка, открыток		
Самостоятельная работа		2	3	
Доработка созданной продукции			2	
Тема 1.3. Организация размещения рекламы	Содержание		2	1
	1.	Организация рекламных мероприятий. Показы. Выставки. PR – компании: дегустация, презентация, директ-мейл, рекламная продажа, рекламное шоу, рекламный аукцион.		
	2.	Процесс получения заказа: подготовка предложения; изложение и обсуждение предложения с заказчиком;		
	3.	Взаимодействие со СМИ, производственными фирмами, другими рекламными агентствами. Размещение рекламного заказа. Выбор видов рекламы и средств её размещения. Разработка и выбор средств распространения рекламы. Покупка средств рекламы. Выбор носителя рекламы. Проведение переговоров с партнерами в интересах клиента. Получение информации для разработки заказа клиента. Размещение заказа клиента. Координация и контроль прохождения заказа клиентов. Помощь клиенту в решении оперативных вопросов.		
	Самостоятельная работа		2	3
1.	Сделать подборку и анализ рекламных материалов по проводимым рекламных мероприятиям на территории г.Екатеринбурга			
Тема 1.4.	Практические занятия		4	2

Сопровождение рекламного заказа	Разработка рекламной кампании. Выбор рекламных площадок. Подготовка рекламного текста, необходимых POS – материалов, сотрудников для проведения рекламной кампании. Подготовка отчётов. Бюджет рекламной кампании.			2
	Самостоятельная работа		2	1
	Доработка созданной рекламной компании.			
Тема 1.5 Брендинг	Практические занятия		4	2
	1.	Брендинг. Основные этапы создания бренда. Анализ известных брендов		
	2.	Директ-маркетинг		
	3.	Рекламная деятельность оптовых предприятий		
	4.	Рекламная деятельность промышленных предприятий		
	5.	Реклама в магазине		
	Самостоятельная работа		2	3
	1.	Подготовить презентацию материалов по рекламной деятельности оптовых предприятий		
	2.	Подготовить презентацию материалов промышленных предприятий на территории г. Екатеринбурга		
3.	Сделать подборку материалов по рекламе в магазинах на территории г. Екатеринбурга			
Раздел 2. Основы информационных технологий в профессиональной деятельности				
Тема 2.1. Информационное обеспечение рекламной деятельности	Содержание.		2	1
	Применение информационных технологий в рекламной деятельности. Виды и функции информации в рекламе. Классификация. Рекламные исследования. Планирование и создание рекламной стратегии. Производство рекламного продукта. Системы рекламных исследований.			
	Практические занятия		2	2
	Виды и функции информации в рекламе.			
	Самостоятельная работа		2	3
Подготовить сообщение: Телевизионная реклама.				
Тема 2.2. Программное обеспечение информационных технологий	Содержание		2	1
	1. Прикладное программное обеспечение. Прикладное программное обеспечение общего назначения (текстовые и графические редакторы, издательские системы, электронные таблицы, системы управления базами данных, интегрированные пакеты). Методоориентированное прикладное программное обеспечение. Проблемно-ориентированное программное обеспечение. Программное обеспечение для глобальных сетей. Программное обеспечение для администрирования вычислительного процесса.			
	2. Программы издательской верстки Adobe in Designe. Программы для деловой графики и презентации. Программы двумерного и трехмерного моделирования. Мультимедийные технологии в рекламе. Применение презентаций.			
	Практическое занятие		2	2
	1.	Работа с текстом: добавление, импорт, перетекание, форматирование;		
2.	Работа со стилями;			

	3.	Работа с объектами;		
	4.	Работа с графикой;		
	5.	Работа с мастер страницами.		
	Самостоятельная работа		2	3
	Построить графическую систему для любого графического проекта. Классифицировать электронные носители для мультимедиа-презентации по различным основаниям (по содержанию, по степени интерактивности).			
	Содержание		2	1
	Устройство ввода и вывода графических данных. Устройство ввода: сканеры, графический планшет. Устройство вывода: мониторы, принтеры.			
	Практическое занятие		2	2
	1.	Устройства ввода и вывода графических данных		
	2.	Оцифровка текстовой и графической информации		
	Самостоятельная работа		2	3
	Заполнить таблицу: Типы мониторов, сканеров, принтеров.			
Тема 2.3. Основы компьютерной графики	Содержание		2	1
	Понятие, задачи и область применения компьютерной графики. Области применения компьютерной графики: книжной графики и полиграфического оформления, промышленности, бизнесе, средств массовой информации, научных исследованиях, сфере обучения, компьютерные игры, тренажеры, область средств массовых коммуникаций – гипертекстовая служба Интернета.			
	Практическое занятие		2	2
	1.	Виды компьютерной графики.		
	2.	Описание цвета в компьютерной графике.		
	3.	Разрешение и размеры изображения		
Тема 2.4. Развитие интернет - технологий	Содержание		2	1
	Интернет – технологии в рекламе. Типология интернет-рекламы. Классификация веб-сайтов. Комплекс факторов составляющих ценность и качество веб-сайта. Типология страниц сайта. Карта сайта, система навигации сайта, основные навигационные элементы. Критерии эффективности сайта. Уровни анализа эффективности рекламы в Интернете. Формы продвижения в Интернете.			
	Практическое занятие		2	1
	1.	Web-сайт основной носитель рекламы в Интернете.		

	2.	Система навигации в сайте.		
	3.	Определение эффективности Web-сайт.		
Раздел 3. Основы рекламных, коммуникационных технологий				
Тема 3.1. Реклама в системе массовых коммуникаций.	Содержание			1
	Понятия «коммуникация», «массовая коммуникация», «коммуникационная технология» и «коммуникативная деятельность». Отличительные характеристики рекламы как формы социальной коммуникации.		2	1
	Практическое занятие		2	1
	Основные модели коммуникации. Сравнительное описание рекламы, связей с общественностью, маркетинга, журналистики.			2
	Самостоятельная работа		2	3
	1. Составить сравнительную таблицу рекламы, связей с общественностью, маркетинга, журналистики. 2. Сформировать глоссарий по теме.			
Тема 3.2 Роль рекламы в современном обществе	Содержание		2	1
	Роль рекламы в современном обществе. Функции рекламы: экономическая, социальная, коммуникативная, образовательная. Позитивные и негативные характеристики влияния рекламы, других видов коммуникаций (маркетинг, связи с общественностью) на современное общество: международный и национальный аспекты.			
	Практическое занятие		2	2
	Анализ наружной и транспортной рекламы, ее влияние.			
	Самостоятельная работа		2	3
Найти примеры негативного и позитивного влияния рекламы на общество.				
Тема 3.3 СМИ как основной канал распространения рекламы	Содержание		2	1
	СМИ как основной канал распространения рекламы. Размещение рекламы в печатных СМИ (газеты, журналы): особенности, преимущества. Реклама в электронных СМИ (телевидение и радио): характеристика, плюсы и недостатки.			
	Практическое занятие		2	2
	Анализ размещения рекламных блоков, их оптимизация в печатных СМИ.			
	Самостоятельная работа		2	3
Найти позитивные и негативные характеристики размещения рекламы в печатных и электронных СМИ по материалу сайта ru.wikipedia.org , раздел wiki/Печатная реклама .				
Тема 3.4 Содержание Наружная реклама. Немедийные рекламные технологии.	Содержание		2	1
	Наружная реклама. Немедийные рекламные технологии. Выставки и ярмарки. Основные BTL-технологии: мерчандайзинг, Trade promotion, Consumer promotion, Direct marketing, Event marketing, программы лояльности.			
Практическое занятие		4	2	

	Разработка POS материалов: flasf-стопер, flash-токеры, мобайлы, наклейки.		
	Самостоятельная работа	4	3
	Поиск примеров использования технологий product placement и ambient marketing и подготовка доклада.		
Тема 3.5 Рекламные технологии в сети Интернет.	Содержание	2	1
	Рекламные технологии в сети Интернет. Виды Интернет-рекламы: медийная, контекстная и геоконтекстная. Product placement в Интернете. Интернет-рассылки. Поисковая оптимизация. Всплывающие окна. Электронные доски объявлений. Регистрация в каталогах. Участие в рейтингах.		
	Практическое занятие	2	2
	Закон о рекламе, анализ рекламной продукции, нарушивших закон о рекламе.		
	Самостоятельная работа	2	3
	1. Составить глоссарий по теме. 2. Придумать Интернет-рекламу для вымышленного товара.		
Тема 3.6 Медиапланирование в рекламной практике.	Содержание	2	1
	Медиапланирование в рекламной практике: базовые понятия, целевые аудитории, основные показатели, стратегия и тактика, бюджет, медиаплан.		
	Практическое занятие	4	2
	1. Медиаплан рекламной кампании. 2. Бриф рекламной кампании. 2. Выбор каналов распространения рекламы и конкретных носителей для размещения в них рекламы. 4. Правила расчета основных показателей медиаплана. 5. Оптимизация медиаплана по заданным параметрам. 6. Фокус группа по рекламной кампании.		
	Самостоятельная работа	4	3
	Рассчитать показатели медиаплана.		
Тема 3.7 Содержание Управление комплексом интегрированных коммуникаций.	Содержание		1
	Управление комплексом интегрированных коммуникаций. Основные понятия и обоснование необходимости использования комплекса интегрированных коммуникаций. Отличие ИК и ИМК. Элементы ИК: реклама, связи с общественностью, прямой маркетинг, стимулирование сбыта.		
	Практическое занятие	2	2
	Придумать и описать целесообразность, ожидаемый эффект использования интегрированных коммуникаций в низкобюджетной коммуникационной кампании образовательного учреждения.		
	Самостоятельная работа	4	3
	Найти по материалам профессиональных периодических изданий («Практика рекламы», «Индустрия рекламы», «Рекламные технологии» и др.) современные примеры использования ИК в деятельности российских и зарубежных компаний.		
Тема 3.8 Коммуникационная кампания	Содержание	2	1
	Коммуникационная кампания: типология, основные этапы, оценка эффективности. Сферы реализации, продолжительность, целевая аудитория. Стратегия и тактика. Бизнес-кампании, кампании для СМИ, персонала, маркетинговые.		

	Практическое занятие	2	2
	Разработка коммуникационной кампании.		
	Самостоятельная работа	2	3
	Охарактеризовать реальную коммуникационную кампанию по изученным параметрам.		
Тема 3.9 Рекламное сообщение и PR-текст.	Содержание	1	1
	Рекламное сообщение и PR-текст. Характеристика рекламного и PR-сообщений. Аспекты восприятия. Рекламный блок в РС. Вербальный и визуальный уровни составления РС. Классификация PR-текстов.		
	Практическое занятие	2	2
	Разработка рекламной листовки PR- сообщения.		
	Самостоятельная работа	4	3
	Создать рекламное сообщение об образовательном учреждении для публикации в печатном СМИ, демонстрации на телевидении.		
Тема 3.10 Технологии и способы создания бренда.	Содержание	1	1
	Брендинг. Понятия « бренд», «брендинг». Виды брендинга, правила и этапы формирования бренда. Технологии и способы создания бренда.		
	Практическое занятие	2	2
	Анализ бренда 1. Выбрать известный бренд (российский или тюменский); 2. Определить технологии и инструментарий бренда. 3. Анализ известного брендбука.		
	Самостоятельная работа	4	3
	Найти примеры брендбуков российских компаний и описать основные элементы.		
Тема 3.11 Реклама, связи с общественностью, маркетинг в социальной сфере.	Содержание	1	2
	Особенности политической коммуникации в современном обществе. Реклама, связи с общественностью, маркетинг в социальной сфере.		
	Практическое занятие	2	2
	Интересы общества и социальная реклама. Социальная реклама как способ создания социально одобряемого и не одобряемого действия. Отличие социальной рекламы от просвещения, агитации. Организационные формы учета интересов разных социальных институтов в процессе создания социальной рекламы.		
	Практическое занятие	2	2
	1.Мониторинг общественного мнения как элемент политической коммуникации. Место политической рекламы в СМК. Возможности манипулирования массовым сознанием в политической рекламе. Соотношение рационального и эмоционального в политической рекламе. 2. Формы политической рекламы: зависимость от этапов избирательной кампании и электоральных групп. Соотношение этики и эффективности политической деятельности.		
Самостоятельная работа	4	3	
Составить по пройденному материалу таблицу отличий социальной и политической рекламы от пропаганды и агитации.			
Тема 3.12	Содержание	1	1

Современные коммуникационные стратегии и технологии.	Современные коммуникационные стратегии и технологии. Стратегии рационального (родовая, преимущества, УТП, позиционирования) и проекционного (имидж марки, резонанс, аффективная) типа. Формула и выбор стратегии. Современные технологии создания и распространения рекламы.		
	Практическое занятие	2	2
	Современные рекламные технологии 1. Нестандартные рекламные носители. 2. Технологии интерактивного взаимодействия с потребителем.		
	Самостоятельная работа	2	3
	Подготовить доклад о креативных рекламных стратегиях. По материалам Интернет-сайтов marketing.spb.ru, www.advesti.ru, www.reclamesecret.com		
	Дифференцированный зачет	4	
МДК 05.02 Психология делового общения		84	
Раздел 1. Понятия и сущность общения			
Тема 1.1. Сущность, цели, структура и уровни общения	Определение психологии общения. Сущность общения, состоящая из нескольких процессов. Предмет, задачи психологии общения. Структура общения с точки зрения нескольких авторов. Коммуникативная, интерактивная, перцептивная стороны общения. Междисциплинарный подход к общению.	2	2
Тема 1.2. Функции общения	Определение понятия функция. Функции общения: прагматическая, развивающая, самоактуализирующая, объединяющая, организационная, внутриличностная. Функции общения по Панфёрову.	2	2
Тема 1.3. Стороны и модели общения.	Травматическая модель общения. Теория трансактного анализа Э.Бёрна. Три позиции человека: родитель, взрослый, ребёнок. Построение схем общения с точки зрения этих позиций. Взаимосвязь жизненного сценария и общения. Построение и анализ личных ролей и жизненного Сценария. Основные понятия: стороны общения, их проявление в единстве. Типы сторон общения: межличностная, когнитивная, коммуникативно-информационная, эмотивная, конативная. Понятие модели общения. Репрезентативная систем, сенсорная острота, конгруэнтность, раппорт, травматический анализ.	2	2
	Самостоятельная работа: выполнение набора тестовых методик на особенности личного общения, а так же подробный самоанализ личного общения (особенности, ошибки, проблемы)	4	3
Раздел 2. Средства общения			
Тема 2.1. Вербальные и невербальные средства общения Язык телодвижений, мимики и поз	Понятие вербальных и невербальных средств общения. Раскрытие сущности вербального и невербального общения. Понятия речь, язык, жесты, мимика, поза.	4	2
Тема 2.2. Визуальные, акустические, тактильно-кинестетические, ольфакторные средства общения	Практическое занятие: отработка навыков распознавания средства общения человека и специфики общения с аудиалами, визуалами, кинестетиками. Основные понятия: визуальные, акустические, тактильно-кинестетические, ольфакторные средства общения. виды акустических средств.	2	2
	Самостоятельная работа: конспектирование, анализ и подготовка к пересказу психологической статьи по невербальному общению	4	3

	Самостоятельная работа обучающихся: контрольная работа по разделу 1 и 2	2	1
Раздел 3. Речь и язык в общении			
Тема 3.1. Основные понятия, теории и функции речи	Основные понятия: речь, язык, виды речи. Отличие речи, языка и общения. Эволюционное возникновение речи. Функции речи. Основные теории развития речи: теория научения, пререформистские теории, релятивистские теории, конструктивистские теории.	4	2
Тема 3.2. Взаимосвязь общения и деятельности	Практическое занятие: анализ текста, обсуждение и дискуссия на тему «Взаимосвязь общения и деятельности». Основные понятия: деятельностный подход Леонтьева и Рубинштейна. Взаимосвязь деятельности и общения. Возрастные особенности овладения звуковыми сигналами.	2	2
	Самостоятельная работа: конспектирование, анализ и подготовка к пересказу статьи на тему общение и деятельность (Рубинштейн и Леонтьев).	2	2
Раздел 4. Стратегия, тактика и виды общения.			
Тема 4.1. Стратегия и тактика общения	Основные понятия: стратегия и тактика в общении. Виды стратегического общения: открытое и закрытое; монологическое и диалогическое; ролевое и личностное. Виды тактик общения: формальная, неформальная, примитивная, выбор ролей, деловая, духовная, межличностная, манипулятивная, светская.	4	2
Тема 4.2. Виды общения	Основные понятия: виды общения: вербальное, невербальное, межличностное, межперсонное, ролевое, доверительное, конфликтное, личностное, деловое, прямое, опосредованное, законное, не законное, кратковременное, длительное.	2	2
Тема 4.3. Роли и ролевые ожидания в общении	Практическое занятие: ролевая тренинг-игра. Основные понятия: типы ролей в общении. Ожидания ролей от партнёра по общению.	4	2
Раздел 5. Общение как коммуникация			
Тема 5.1. Основные понятия, элементы, функции и структура коммуникаций	Основные понятия: коммуникации, элементы коммуникации: субъект, объект, само сообщение, средства пересылки сообщения, канал связи, результат. Отличие понятий коммуникация и общение. Схема коммуникаций. Теории коммуникаций. Коммуникативная компетентность. Функции коммуникаций.	2	2
Тема 5.2. Коммуникационные роли в манипуляции	Виды манипуляций. Построение схемы защиты от манипуляций. Основные понятия: виды коммуникативных ролей. Понятие манипуляции. Манипуляции в общении. Манипуляция как метод воздействия на людей	2	2
Тема 5.3. Барьеры коммуникаций	Практическое занятие: тренинг - игра «Барьеры общения». Основные понятия: ошибки, которые возникают в процессе коммуникаций. Группы ошибок в коммуникациях. Факторы, отрицательно влияющие на передачу информации и общение.	4	2
	Самостоятельная работа: написание творческой работы на тему «Барьеры коммуникаций».	4	3
Раздел 6. Техники и приемы общения			
Тема 6.1. Основные понятия и виды слушания	Схемы процесса получения информации в ходе слушания. Основные понятия: процесс слушания. Определение понятия слушание. Виды слушания: пассивное, активное, эмпатическое. Проблема понимания	4	2
Тема 6.2. Техники и приемы общения	Практическое занятие: проигрывание каждой техники общения и слушания, отработка навыка её применения. Основные понятия: виды техник слушания. Активное слушание. Приёмы общения. Техники общения.	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся: практическая отработка личных навыков техник и приёмов	6	3

	общения.		
Раздел 7. Деловое общение			
Тема 7.1. Понятие, структура делового общения Виды делового общения Этические принципы общения	Основные понятия: деловая беседа: особенности, правила, принципы. Функции деловой беседы. Структура деловой беседы. Стратегические принципы делового общения.	2	2
	Практическое занятие: отработка навыков ведения всех видов делового общения. Основные понятия: деловые: беседы, переговоры, совещания, дискуссии.	2	2
Раздел 8. Сuggestивность (внушаемость) слова			
Тема 8.1. Основные понятия и теории suggestивности	Защита от внушения. Основные понятия: suggestия (внушаемость). Свойства личности поддающейся внушению. Особенности внушения. Сила слова (suggestивность слова). Отличие гипноза и suggestивности.	2	
Раздел 9. Конфликты в общении			
Тема 9.1. Основные понятия конфликта и толерантности.	Основные понятия: конфликт и толерантность, отличие этих понятий в их особенности. Структура и участники конфликта. Мотивы сторон в конфликте.	4	2
Тема 9.2. Источники, причины, виды и способы разрешения конфликтов	Практическое занятие: тренинг-игра на профилактику конфликтного поведения. Основные понятия: причины конфликтов. Виды конфликтов и способы их разрешения. Особенности эмоционального реагирования а конфликтах. Последствия конфликтов.	4	2
	Самостоятельная работа: решение конфликтных ситуаций, подготовка метафор на тему толерантность и конфликтность.	6	3
МДК 05.03 Правовое обеспечение профессиональной деятельности		72	
Раздел 1. Основы правового обеспечения профессиональной деятельности			
Тема 1.1. Профессиональная деятельность как вид деятельности человека.	Содержание учебного материала	2	1
	Экономическое и правовое содержание понятий: производство материальных благ, трудовая деятельность, профессиональная деятельность, творчество, профессия, специальность, квалификация.		
Тема 1.2. Правовое регулирование профессиональной деятельности	Содержание учебного материала	2	1
	Конституционные основы правового обеспечения профессиональной деятельности: право на предпринимательскую деятельность, право на частную собственность, право на объединение, право на труд, право на отдых, право на образование, право творчества. Значение административного, гражданского, трудового, уголовного отраслей права для регулирования профессиональной деятельности.		
	Практическое занятие	2	2,3
	Работа с текстом Конституции РФ по предложенным по теме заданиям. Решение задач.		
	Самостоятельная работа обучающихся	2	2,3
	Соотнести понятия профессия, специальность, квалификация. Привести примеры. Ответ изложить в виде таблицы. Для работы использовать источники из списка основной литературы, примеры локальных Нормативных актов организаций, тарифно-квалификационные справочники.		
Раздел 2. Правовое регулирование предпринимательской деятельности			
Тема 2.1. Понятие и сущность предпринимательской деятельности	Содержание учебного материала	2	1
	Понятие, признаки, функции, виды предпринимательской деятельности. Государственное регулирование предпринимательской деятельности: регистрация субъектов предпринимательства; лицензирование отдельных видов деятельности; антимонопольное регулирование; государственное		

	регулирование цен; налоговое регулирование; защита прав потребителей.		
	Самостоятельная работа студентов	2	2,3
	Подбор примеров нарушения антимонопольного законодательства в правоприменительной практике.		
Тема 2.2. Юридические лица как субъекты предпринимательской деятельности	Содержание учебного материала	2	
	Понятие и признаки юридического лица. Способы создания и государственная регистрация юридических лиц. Учредительные документы юридических лиц. Правоспособность юридических лиц. Филиалы и представительства юридических лиц. Прекращение деятельности: реорганизация, ликвидация.		
	Несостоятельность (банкротство) юридических лиц: понятие, признаки, процедуры (этапы).		
	Практическое занятие	2	2,3
	Семинар по теме «Лицензирование деятельности предпринимателей»		
	Самостоятельная работа студентов	2	2,3
	Создание учредительных документов юридического лица по образцу.		
Тема 2.3. Правовой статус индивидуального предпринимателя	Содержание учебного материала	2	1
	Приобретение статуса индивидуального предпринимателя. Гражданская правоспособность и дееспособность. Утрата статуса индивидуального предпринимателя.		
	Практическое занятие	2	2,3
	Работа с текстом закона «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».		
	Выявление особенностей правового статуса индивидуального предпринимателя.		
	Самостоятельная работа обучающихся	2	2,3
	Выявление особенностей несостоятельности (банкротства) индивидуального предпринимателя на основании норм гражданского законодательства и примеров правоприменительной практики. Составление презентации по полученному материалу.		
Тема 2.4. Организационно-правовые формы юридических лиц	Содержание учебного материала	4	1
	Классификация юридических лиц по способу закрепления имущества, по целям деятельности. Сравнительная характеристика коммерческих и некоммерческих организаций.		
	Организационно-правовые формы коммерческих организаций: хозяйственные общества; хозяйственные товарищества; производственные кооперативы; унитарные предприятия.		
	Организационно-правовые формы некоммерческих организаций: потребительские кооперативы; фонды; учреждения; общественные и религиозные организации; союзы и ассоциация.		
	Самостоятельная работа обучающихся	2	2,3
	Заполнение сравнительной таблицы «Организационно правовые формы коммерческих организаций» на основании положений ГК РФ.		
Раздел 3. Правовое регулирование трудовых отношений			
Тема 3.1. Трудовое право как отрасль права	Содержание учебного материала	2	1
	Понятие, предмет, метод, принципы и источники трудового права. Трудовые отношения в отношении, тесно связанные с трудовыми отношениями. Субъекты трудовых правоотношений: работник и работодатель.		
	Самостоятельная работа обучающихся	2	2,3
	Составить перечень отношений, тесно связанных с трудовыми. Привести примеры.		

Тема 3.2. Правовое регулирование занятости и трудоустройства	Содержание учебного материала	2	1
	Содержание учебного материала: Свобода труда как конституционная норма: понятие в содержании. Запрет принудительного труда. Занятость: понятие и виды. Трудоустройство. Гарантии трудоустройства. Правовой статус безработного.		
	Самостоятельная работа обучающихся.	2	2,3
	Пользуясь основной учебной литературой, выделить и описать виды занятости. Пользуясь источниками СМИ, описать ситуацию занятости в регионе.		
Тема 3.3. Трудовой договор	Содержание учебного материала	4	1
	Понятие трудового договора. Отграничение трудового договора от смежных гражданско-правовых договоров. Содержание трудового договора. Форма трудового договора. Общий порядок заключения трудового договора. Оформление приема на работу. Классификация оснований прекращения трудового договора. Порядок расторжения трудового договора по инициативе работодателя. Порядок расторжения трудового договора по инициативе работника. Порядок оформления увольнения работников и производство расчетов с ним.		
	Практическое занятие	2	2,3
	Решение задач. Деловые ситуации по учебному материалу.		
	Самостоятельная работа обучающихся	2	2,3
	Составление текста трудового договора по образцу. Дача заключения о законности условий трудового договора.		
Тема 3.4. Правовое регулирование оплаты труда	Содержание учебного материала	2	1
	Понятие заработной платы. Государственное и локальное регулирование заработной платы. Минимальная заработная плата. Системы заработной платы: сдельная и повременная. Оплата труда при отклонении от нормальных условий. Порядок и условия выплаты заработной платы. Ограничения удержаний из заработной платы.		
	Самостоятельная работа обучающихся	2	2,3
	По рекомендованной литературе изучить вопрос об ограничении удержаний из заработной платы работника. Привести примеры.		
Тема 3.5 Ответственность сторон трудового договора.	Содержание учебного материала	2	1
	Понятие и методы обеспечения трудовой дисциплины. Дисциплинарная ответственность: понятие, ее основные черты и виды. Дисциплинарный проступок: понятие, признаки. Дисциплинарные взыскания, процедура их применения, порядок снятия и обжалования. Понятие материальной ответственности сторон трудового договора. Материальная ответственность работников: понятие, виды. Материальная ответственность работодателя. Возмещение вреда, причиненного жизни и здоровью работника при исполнении обязанностей до трудового договору.		
	Самостоятельная работа обучающихся	2	2,3
	Составить приказ о привлечении работника к дисциплинарной ответственности. Работа по образцу.		
Раздел 4. Правовое регулирование социального обеспечения граждан			
Тема 4. 1. Социальное обеспечение граждан	Содержание учебного материала:	2	1
	Понятие социального обеспечения. Функции социального обеспечения: экономическая, политическая, демографическая. Понятие и виды социальной помощи. Понятие и виды пенсий.		

	Самостоятельная работа обучающихся	2	2,3
	Составить схему «Пенсии в РФ: виды и условия их назначения».		
Раздел 5. Административное право			
Тема 5.1. Административные правонарушения и административная ответственность	Содержание учебного материала:	2	1
	Понятие административного права. Административное правонарушение: понятие и виды. Понятие административной ответственности. Виды административных взысканий. Порядок наложения административных взысканий.		
	Практическое занятие	2	2,3
	Коллоквиум по теме «Административное взыскание: понятие, виды, условия применения»		
Раздел 6. Защита и восстановление прав субъектов			
Тема 6.1. Защита нарушенных прав. Судебный порядок рассмотрения споров.	Содержание учебного материала	2	1
	Конституционные основы защиты прав и свобод граждан. Содержание права на судебную защиту. Система судов РФ. Подведомственность подсудность и уголовных и гражданских дел, административных материалов. Исковое производство. Понятие и содержание искового заявления. Стадии судебного разбирательства. Понятие и содержание судебного постановления		
	Практическое занятие	2	2,3
	Работа с нормативно-правовыми актами. Решение задач.		
	Самостоятельная работа обучающихся	2	2,3
	Составление искового заявления по образцу.		
	Дифференцированный зачет	4	
МДК 05.04 Рекламная деятельность		178	
Раздел 1. ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. ЗАДАЧИ, ЦЕЛИ И ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМЕ			
Тема 1.1. Виды рекламных агентств. Презентация агентства	Содержание учебного материала	6	1
	Сетевые агентства и российские агентства полного цикла. Структура агентства полного цикла. Специализированные рекламные агентства, их структура. Формы презентации предприятия. Обязательные составляющие презентации рекламного агентства. Понятия «клиентский лист», «портфолио агентства». Возможные формы подачи опыта работы агентства.		
Тема 1.2. Задачи и цели рекламной кампании. Участники рекламного процесса.	Содержание учебного материала Задачи и цели рекламной кампании. Участники рекламного процесса.	6	1
Тема 1.3. Основы правового регулирования рекламной деятельности	Содержание учебного материала Основы правового регулирования рекламной деятельности Государство как сторона, осуществляющая правовое регулирование рекламных процессов.	6	1
	Самостоятельная работа подготовить сценарии рекламных роликов с заведомо сделанными нарушениями законов о рекламе (о защите прав потребителей). Студенты должны найти ошибки, предложить возможные варианты их исправления.	10	3
Раздел 2. КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ РЕКЛАМЫ			
Тема 2.1. Коммуникация: основные понятия,	Содержание учебного материала Понятие «коммуникация», ее участники, цели. Схема коммуникации. 4 типа коммуникаций. Понятие	10	1

<p>типы. Коммуникационные действия и их формы. Коммуникационные каналы.</p>	<p>смысла. Понятие коммуникационного действия, их формы (подражание, диалог, управление). Микро-, миди- и макрокоммуникации в зависимости от формы коммуникационного воздействия. Естественные каналы коммуникации. Устная коммуникация. Искусственные каналы коммуникации. Документная коммуникация. Электронная коммуникация. Коммуникационные барьеры. СМИ в системе коммуникационных каналов. Мультимедийная коммуникационная культура.</p>		
	<p>Самостоятельная работа Анализ рекламных роликов. Определить вербальные и невербальные коммуникации.</p>	8	
<p>Тема 2.2. Реклама как массовая коммуникация. Модели рекламной коммуникации.</p>	<p>Содержание учебного материала Рекламная коммуникация как сложный механизм взаимодействия рекламного сообщения и потребителя. Рекламная пирамида (пирамида Маслоу). Реклама - социально-психологическая установка. Основные формулы рекламного воздействия на потребительскую аудиторию. Суггестия, вербальные и невербальные средства суггестии в рекламе. Типология рекламных роликов по способу подачи материала.</p>	8	1
	<p>Практические занятия: Задание 1. Рассмотреть несколько рекламных продуктов с точки зрения основных формул рекламного воздействия на потребительскую аудиторию. Задание 2. Написать рекламное обращение с применением средств суггестии.</p>	8	2
	<p>Самостоятельная работа Работа с лекционным материалом</p>	6	3
<p>Раздел 3. ВИДЫ И СРЕДСТВА РАСПРОСТРАНЕНИЯ РЕКЛАМЫ</p>			
<p>Тема 3.1. Основные виды рекламы.</p>	<p>Содержание учебного материала Имиджевая и информационная реклама. Особенности рекламы торговой марки и рекламы объекта сферы услуг. Адресно-справочная реклама. Первичная и избирательная реклама. Понятие коммерческой и некоммерческой рекламы. Прямая и косвенная реклама. Система мероприятий Паблик Рилейшнз. Понятие «информационный повод». Спонсорство как сочетание прямой и косвенной рекламы, формы спонсорского участия в культурно-массовых и спортивных мероприятиях. Понятие и виды Product Placement. Реклама «В-to-В». Трейд-маркетинг. Реклама на местах продажи, промоушп акции. Корпоративная реклама. Виды и назначение бизнес-сувениров. Политические PR и реклама. Прямая почтовая рассылка как способ направленно-ответной рекламы. Новые рекламные носители (транспортные карты, чеки супермаркетов, видеокассеты и т.п.)</p>	10	1,2
	<p>Практические занятия: Описать механизмы проведения промоушп акций для трех продуктов из разных сегментов рынка</p>	8	
	<p>Самостоятельная работа: Подготовка сообщений</p>	6	
	<p>Тема 3.2.</p>	<p>Содержание учебного материала</p>	10

Классификация СМИ. Специфика основных каналов рекламной коммуникации.	Классификация СМИ Телевизионная реклама, ее виды. Спонсорство на ТВ. Специфика каналов вещания. Основные показатели эффективности телевизионной рекламы. Классификация печатных изданий. Основные маркетинговые показатели печатных изданий. Реклама в глянце, еженедельных и ежедневных изданиях. Специализированная пресса. Региональная пресса. Корпоративные издания. Реклама на радио, ее виды. Основные показатели эффективности радиорекламы. Виды рекламы на транспорте. Вокзал и аэропорт как рекламные площадки. Виды наружной рекламы. Виды Интернет-рекламы. Сайт компании и промо-сайт, механизмы их продвижения в Интернете, баннерная реклама.		
	Практические занятия: составить примерный план рекламной кампании для каждого объекта с распределением бюджета по выбранным СМИ. обосновать.	6	2,3
	Самостоятельная работа: Обзор рекламы в различных СМИ	8	
Раздел 4. ФОРМАТЫ ПРЕЗЕНТАЦИЙ РЕКЛАМНЫХ ПРОЕКТОВ			2,3
Тема 4.1. Построение взаимоотношений «Агентство - Клиент». Бриф, его формы и правила заполнения.	Содержание учебного материала Построение взаимоотношений «Агентство - Клиент». Бриф - как формализация Клиентом задания Агентству. Формы брифов. Правила заполнения брифов.	6	1
	Практические занятия: Заполнение брифа.	6	2
	Самостоятельная работа. Работа с лекционным материалом	6	3
Тема 4.2. Основные правила оформления рекламного проекта в программе Power Point	Содержание учебного материала Возможности программы Power Point для презентации рекламного продукта. Основные правила оформления проекта в программе Power Point.	6	1
	Практические занятия: Создание презентации рекламного продукта	8	2
	Самостоятельная работа: Подбор аудио, видео, фото ряда для презентации рекламного продукта.	10	3
Тема 4.3. Структура презентации основных видов рекламных проектов	Содержание учебного материала Структура презентации рекламного проекта. Специфика презентации видеопро젝тов, BTL-мероприятий, рекламных и брендинговых стратегий.	6	1
	Практические занятия: Оформить результат работы, как презентацию рекламного проекта.	4	2
Раздел 5. БРЭНД И БРЭНДИНГ			2,3
Тема 5.1. Торговая марка и бренд. Дифференциация. Факторы необходимости брендинга.	Содержание учебного материала Торговая марка и бренд. Различные трактовки понятия «бренд». Общие и отличительные признаки торговой марки и бренда. Дифференциация, ее необходимость в условиях конкуренции. Конкурентное различие и	6	1

	конкурентное совпадение. Основные факторы необходимости брэндинга.		
	Практические занятия: Описать известный бренд	4	2
	Самостоятельная работа: Обзор известных брендов и их описание.	10	3
	Дифференцированный зачет	4	
Учебная практика		144	3
Виды работ Характеристика объекта практики Организация деятельности по работе с заказчиком. Проведение поиска клиентов Выбор вида рекламы для реализации рекламной идеи Осуществление поиска различных рекламных идей Изучение порядка размещения и сопровождения заказа Изучение нормативных и руководящих документов по выполнению работ по профессии рекламный агент Тестирование рекламы и определение ее эффективности Изучение порядка работы по поиску новых клиентов Организация первичной работы с заказчиками Индивидуальная работа с клиентом. Подготовка Индивидуальная работа с клиентом. Реализация			
Производственная практика (по профилю специальности).		36	3
Виды работ: Поиск клиентов, ведение клиентской базы; Консультирование клиентов по ассортименту выпускаемой продукции и оказываемых услуг, основным их характеристикам; Заключение договоров на изготовление/размещение рекламы по действующим условиям и прейскурантам; Составление плана и предоставления отчетности по продажам.			

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)

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной программы ПМ.05 требует наличия учебного кабинета социально-экономических дисциплин и лаборатории информационных и коммуникационных технологий

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя; - аудиторная доска для письма;
- столы по числу рабочих мест обучающихся.

Технические средства обучения:

- мультимедиа проектор;
- персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;
- лазерный принтер;
- сканер;
- устройства вывода звуковой информации: звуковые колонки;
- справочная правовая система ГАРАНТ Платформа F1; - операционная система Windows XP;
- офисные программы Microsoft: Word, Excel , PowerPoint;
- электронные средства образовательного назначения, реализованные на CD- , по курсу «Агент рекламный»;
- программные средства автоматизации создания учебно-методических пособий, тестовые оболочки, пособий для самостоятельной работы, сборников упражнений.

4.2. Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы.

Нормативные акты

1. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 "О защите прав потребителей"
2. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) "О рекламе"

Основные источники:

1. Рамендик, Д. М. Психология делового общения : учебник и практикум для СПО / Д. М. Рамендик. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 207 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06312-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/734CB85C-BC71-40A2-B7DD-CD9C7C490D80
2. Скибицкая, И. Ю. Деловое общение : учебник и практикум для СПО / И. Ю. Скибицкая, Э. Г. Скибицкий. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 247 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09063-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/8ACC172C-23BA-4839-9330-BD6F64BF233C

3. Корягина, Н. А. Психология общения : учебник и практикум для СПО / Н. А. Корягина, Н. В. Антонова, С. В. Овсянникова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 437 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00962-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/58574FAE-8EC8-4A02-A773-AF6F1BC2147B
4. Бороздина, Г. В. Психология общения : учебник и практикум для СПО / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 463 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00753-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/17E15D39-446E-4D42-9C60-E5345C07660A
5. Анисимов, А. П. Правовое обеспечение профессиональной деятельности : учебник и практикум для СПО / А. П. Анисимов, А. Я. Рыженков, А. Ю. Чикильдина ; под ред. А. Я. Рыженкова. — 4-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 317 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07095-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/2E59773B-7363-4288-AA3E-8CD4317D4856
6. Конин, Н. М. Правовые основы управленческой деятельности : учебное пособие для СПО / Н. М. Конин, Е. И. Маторина. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 139 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09852-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/928233DF-D23B-4B38-BD12-4ED5E1276D6D
7. Капустин, А. Я. Правовое обеспечение профессиональной деятельности : учебник и практикум для СПО / А. Я. Капустин, К. М. Беликова ; под ред. А. Я. Капустина. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 382 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02770-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/EF486EC8-12C6-47B1-87CA-393E3E576C86
8. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 431 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04657-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/reklamnoe-delo-426405
9. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 431 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3912-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/reklamnoe-delo-425227
10. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 552 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-8974-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/osnovy-reklamy-426478

Дополнительные источники:

1. Собольников, В. В. Этика и психология делового общения : учебное пособие для СПО / В. В. Собольников, Н. А. Костенко ; под ред. Н. А. Костенко. — 2-е изд., пер. и доп. — М. :

- Издательство Юрайт, 2018. — 202 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06957-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/9783EDA1-3DD0-4C4A-BC3A-DCCE52FB8486
2. Панфилова, А. П. Культура речи и деловое общение в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для СПО / А. П. Панфилова, А. В. Долматов ; под общ. ред. А. П. Панфиловой. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 231 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03228-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/82FA4372-C48B-4106-88BC-0E2650246585
 3. Панфилова, А. П. Культура речи и деловое общение в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для СПО / А. П. Панфилова, А. В. Долматов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 258 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03233-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/D6B82178-F5C5-4091-8AA0-AECF4E1482FE
 4. Карпов, А. В. Этика и психология профессиональной деятельности : учебник для СПО / А. В. Карпов ; под ред. А. В. Карпова. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 570 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9027-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/8FABC118-429D-447C-B769-E72ED73FD130
 5. Лавриненко, В. Н. Деловая культура : учебник и практикум для СПО / В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышова, В. В. Кафтан ; под ред. В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 118 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08209-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/91868CCC-7F6D-409A-8350-01D27A5164E5
 6. Правовое обеспечение профессиональной деятельности : учебник для СПО / В. И. Авдийский [и др.] ; под ред. В. И. Авдийского, Л. А. Букаловой. — 4-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 333 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04995-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/96835339-D2C4-4E4C-BE7E-54FE57EBD2FA
 7. Волков, А. М. Правовое обеспечение профессиональной деятельности : учебник для СПО / А. М. Волков, Е. А. Лютягина ; под общ. ред. А. М. Волкова. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 235 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04770-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/BD8E7FD0-16C7-4C61-A82D-9FDC414623BC
 8. Правовое обеспечение профессиональной деятельности : учебник и практикум для СПО / А. П. Альбов [и др.] ; под общ. ред. А. П. Альбова, С. В. Николюкина. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 549 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-8799-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/ECCBDF59-615C-42E5-B718-C90EB86206E2
 9. Шумилов, В. М. Правовое обеспечение профессиональной деятельности : учебник для СПО / В. М. Шумилов. — 3-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 423 с. —

- (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04443-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/8A2E50F5-C18C-47D4-B474-3EE98AA5A3D6
10. Попова, Н. Ф. Правовое регулирование экономической деятельности : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Н. Ф. Попова, М. А. Лапина ; под ред. М. А. Лапиной. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 278 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-00789-3. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/CE376FA0-DE88-4364-9B47-A6B5EA9B38A1
 11. Иванова, Е. В. Предпринимательское право : учебник для СПО / Е. В. Иванова. — 3-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 272 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09638-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/9E67EE00-8024-4ABF-A8EB-56747EE7B840
 12. Головина, С. Ю. Трудовое право : учебник для СПО / С. Ю. Головина, Ю. А. Кучина ; под общ. ред. С. Ю. Головиной. — 3-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 313 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01249-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/9DC864CB-5D48-41CD-8ED1-683B08A493E6
 13. Коммерческое право : учебник для академического бакалавриата / Б. И. Пугинский [и др.] ; под общ. ред. Б. И. Пугинского, В. А. Белова, Е. А. Абросимовой. — 5-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 471 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03373-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/F9BD47EB-181F-416D-B869-115EDF67D76B
 14. Обухова, О. В. Право : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / О. В. Обухова. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 266 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-01001-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/FFBA872B-7AAC-4B7B-8138-EB12DCEF944C
 15. Основы права : учебник и практикум для СПО / А. А. Вологдин [и др.] ; под общ. ред. А. А. Вологодина. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 409 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02765-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/FD57043F-8593-41E4-978C-5C76F292EDB1
 16. Михалева, Е. П. Маркетинг : учеб. пособие для СПО / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 213 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02475-3. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/marketing-431074
 17. Маркетинг : учебник и практикум для СПО / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под ред. Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 370 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/marketing-420556

Интернет-ресурсы

1. www.koob.ru
2. www.psychology.ru
3. <http://azps.ru/training/index.html>
4. <http://www.testkub.ru/>
5. <https://www.psyinst.ru/library.php>
6. Официальный сайт информационной справочно-правовой системы Консультант Плюс - [http:// www.consultant.ru/](http://www.consultant.ru/)
7. Официальный сайт информационной справочно-правовой системы Гарант - [http:// www.garant.ru/](http://www.garant.ru/)
8. Официальный сайт Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации - [http:// www.ombudsmanrf.ru/](http://www.ombudsmanrf.ru/);
9. Официальный сайт Государственной Думы Российской Федерации - [http:// www.duma.gov.ru/](http://www.duma.gov.ru/)
10. Официальный сайт Президента РФ - [http:// www.president.kremlin.ru/](http://www.president.kremlin.ru/)
11. Официальный сайт Правительства РФ - [http:// www.government.gov.ru/](http://www.government.gov.ru/)
12. Официальный сайт Конституционного Суда РФ- [http:// www.ks.rfnet.ru/](http://www.ks.rfnet.ru/)
13. Официальный сайт Верховного Суда РФ - [http:// www.supcourt.ru/](http://www.supcourt.ru/)
14. Официальный сайт Генеральной прокуратуры РФ -[http:// www.genproc.gov.ru/](http://www.genproc.gov.ru/)
15. Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека - [http:// www.rosпотребнадзор.ru/](http://www.rosпотребнадзор.ru/)
16. Официальный сайт Государственной регистрационной палаты при Министерстве юстиции РФ - [http:// www.palata.ru/](http://www.palata.ru/)
17. Время рекламы: каталог СМИ России <http://advtime.ru>
18. Рекламные идеи: о брендинге и креативе <http://www.advi.ru>
19. Состав: портал о рекламе и PR <http://www.sostav.ru>
20. Advertology: наука о рекламе <http://www.advertology.ru>
21. AdVesti: сайт, посвященный рекламодателям <http://www.advesti.ru>
22. Media-online: все о рекламе <http://www.media-online.ru>
23. RWR. Реклама в России <http://www.rwr.ru>
24. Shturmuy.ru. - портал о рекламе (УрФО) <http://www.shturmuy.ru>
25. АКАР (Ассоциация Коммуникационных Агентств России) <http://www.akarussia.ru/>
26. Ассоциация рекламодателей <http://www.assadv.ru/>
27. Национальная рекламная ассоциация <http://www.rosnra.ru/>
28. РФР (Ассоциация Рекламная Федерация Регионов) <http://www.rfr.ru/>
29. РАСО (Российская ассоциация по связям с общественностью) <http://www.raso.ru/>
30. Технологии брендинга www.allbranding.ru
31. Русбренд (содружество производителей торговых марок) <http://www.rusbrand.com/ru/>

32. Аналитический Центр Видео Интернешнл <http://www.acvi.ru/>
33. Comcon <http://www.comcon-2.ru/>
34. TNS www.tns-global.ru
35. Adme. Креативная реклама <http://www.adme.ru>

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Основная профессиональная образовательная программа обеспечивается учебно-методическими комплексами (УМК): лекционным материалом, методическими указаниями по проведению практических, семинарских занятий, методическими рекомендациями по выполнению самостоятельной работы, контрольно-измерительными материалами. Материалы УМК расположены на Web-странице преподавателя, тестирующие материалы – в обучающей среде Learning Space.

Для формирования профессиональных компетенций, для укрепления и развития мотивации на парах применяются активные методы обучения: средства ИКТ, метод проектов, парацентрическая технология, анализ проблемных ситуаций, использование дидактических материалов с занимательным содержанием. Выбор метода активного обучения определяется дидактической задачей занятия.

Студенты имеют доступ к сети Интернет и библиотечному фонду. Консультации для студентов организуются через электронную почту на почтовом сервере ОУ и индивидуально согласно составленному графику консультаций.

Образовательное учреждение предоставляет обучающимся возможность работы со справочно-правовыми системами и специальными программными продуктами.

При реализации профессионального модуля предусматривается учебная практика и производственная практика (по профилю специальности).

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

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

- наличие высшего профессионального образования соответствующего профилю преподаваемого модуля;
- опыт работы в организациях соответствующей профессиональной сферы не менее 3 лет;
- прохождение стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:

- наличие высшего профессионального образования соответствующего профилю преподаваемого модуля;
- опыт работы в организациях соответствующей профессиональной сферы не менее 3 лет;

- прохождение стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

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

Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, а также при прохождении практики по профилю специальности.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные звания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2
<p>уметь: контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения;</p> <ul style="list-style-type: none"> – <input type="checkbox"/> пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений; – <input type="checkbox"/> использовать технологии цифровой фотографии; – <input type="checkbox"/> оцифровывать текстовую и графическую информацию; – <input type="checkbox"/> различать элементы нормированной и ненормированной речи; – <input type="checkbox"/> владеть нормами словоупотребления; – <input type="checkbox"/> находить и исправлять в тексте лексические ошибки; – <input type="checkbox"/> употреблять грамматические формы слов в соответствии с литературной нормой. – <input type="checkbox"/> редактировать любые виды текстов 	<p><i>Устный опрос, презентация творческих работ, экзамен</i></p>
<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – - основные виды производства рекламного продукта; – <input type="checkbox"/> правила составления текстов рекламных объявлений; – <input type="checkbox"/> основные средства компьютерной обработки информации; – <input type="checkbox"/> основы цифровой фотографии; – <input type="checkbox"/> средства информационно-коммуникационного обеспечения; – <input type="checkbox"/> направления рекламной работы; – <input type="checkbox"/> содержание рекламной информации; – <input type="checkbox"/> применяемые средства рекламы; – <input type="checkbox"/> рекламные мероприятия; – <input type="checkbox"/> понятие о разделении рекламных функций оптовой, розничной торговли и промышленности; – <input type="checkbox"/> признаки литературного языка и типы речевой нормы; 	<p><i>Устный опрос, презентация творческих проектов, экзамен</i></p>

<ul style="list-style-type: none"> – <input type="checkbox"/> основные компоненты культуры речи (владение языковой, литературной нормой, – соблюдение этики общения, учет коммуникативного компонента); – особенности русского ударения, литературное произношение; – функциональные стили русского языка, способы и приемы использования языковых ресурсов; – приемы редактирования текстов. 	
--	--

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 обучения (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК. 5.1. Контактирует с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.	знает основные виды производства рекламного продукта; <input type="checkbox"/> умеет взаимодействовать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения.	Фронтальный устный опрос; игровое моделирование «Переговоры с рекламными агентствами»
ПК 5.2. Составляет и оформляет простые тексты рекламных объявлений	знает правила составления текстов рекламных объявлений <input type="checkbox"/> умеет создавать и оформлять простых текстов рекламных объявлений <input type="checkbox"/> использует информационные технологии для составления и оформления рекламных объявлений.	Индивидуальный устный опрос; творческое (конструктивное) задание - создание, редактирование рекламных текстов
ПК 5.3. Работает в рекламных акциях в качестве исполнителя.	знает направления рекламной работы; <input type="checkbox"/> знает требования к содержанию рекламной информации; <input type="checkbox"/> разрабатывает рекламную кампанию .	Экспертная оценка разработанного авторского рекламного проекта.
ПК 5.4. Использует современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы	знает средства информационно-коммуникационного обеспечения рекламной деятельности; <input type="checkbox"/> умеет использовать современные информационные и коммуникационные средства	Комбинированный опрос; ситуативное задание Экспертная оценка разработанного авторского рекламного проекта.

	продвижения рекламы.	
ПК 5.5. Использует компьютерные технологии для обработки текстовой информации	знает основные средства компьютерной обработки информации; <input type="checkbox"/> умеет использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации	Комбинированный опрос; решение профессиональной задачи. Экспертная оценка разработанного авторского рекламного проекта.
ПК 5.6. Контактирует со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы	знает применяемые средства рекламы; <input type="checkbox"/> умеет взаимодействовать со СМИ по вопросам размещения рекламы.	Тестирование; ролевая игра «Взаимодействие со СМИ»
ПК 5.7. Владеет простыми приемами создания и обработки изображений.	знает основы цифровой фотографии; <input type="checkbox"/> использует информационные технологии для получения и обработки графической информации.	Индивидуальный опрос; ситуативное задание - создание и обработка изображений
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Демонстрирует понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии; 2. Демонстрирует устойчивый интерес к будущей профессии 3. Качественно выполняет профессиональную деятельность 4. Применяет знания на практике	Накопительное оценивание; <input type="checkbox"/> Интерпретация результатов наблюдений за обучающимися
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	-Понимает суть профессиональных задач -Выбирает и применяет методы и способы решения профессиональных задач; - Умеет формулировать цель и задачи предстоящей профессиональной деятельности; - Умеет представить конечный результат деятельности в полном объеме;	Экспертная оценка практической работы
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Умеет определять проблему в профессионально ориентированных ситуациях; 2. Умеет планировать поведение в	Экспертная оценка выполнения предпринимаемых действий по решению проблемы (инструкция)

	<p>профессионально ориентированных проблемных ситуациях, вносить коррективы, контролировать ситуацию;</p> <p>3. Отвечает за принятое решение</p>	
<p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p>Извлекает и анализирует информацию из различных источников;</p> <p>2. Владеет способами поиска и анализа информации;</p> <p>3. Умеет самостоятельно работать с информацией;</p> <p>4. Умеет пользоваться словарями, справочной литературой;</p>	<p>Интерпретация результатов деятельности обучающихся при анализе информации</p>
<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p>	<p>1. Понимает области применения различных компьютерных программ;</p> <p>2. Владеет элементарными компьютерными навыками; Работает с информационными справочно-правовыми системами</p> <p>4. Выбирает компьютерную программу в соответствии с решаемой задачей</p> <p>5. Использует ПО для решения профессиональных задач;</p> <p>6. Пользуется электронной почтой, ресурсами локальных и глобальных информационных сетей</p>	<p>Экспертная оценка защиты проекта</p>
<p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p>Использует конструктивные способы общения с коллегами, руководством, клиентами;</p> <p>2. Грамотно ставит и задает вопросы;</p> <p>3. Координирует свои действия с другими участниками общения;</p> <p>4. Контролирует свое поведение, свои эмоции, настроение;</p> <p>5. Умеет воздействовать на партнера общения и др.</p> <p>6. Понимает общие цели.</p>	<p>Интерпретация результатов наблюдения за обучающимися в процессе тренинга</p>