

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Российский государственный гуманитарный университет»**  
**(ФГБОУ ВО «РГУ»)**  
Гуманитарный колледж

Рабочая программа профессионального модуля  
**ПМ.04 Организация и управление процессом  
изготовления рекламного продукта**

для специальности

**42.02.01 Реклама**

2021 г.

ОДОБРЕНА  
Предметной (цикловой) комиссией по  
общепрофессиональным дисциплинам/  
профессиональным модулям по специальности  
42.02.01 Реклама

**Протокол**

№ 1 от «09» сентября 2021 г.

Составлена на основе федерального  
государственного образовательного  
стандарта СПО по специальности  
42.02.01 Реклама  
(утвержден приказом Министерства  
образования и науки РФ  
от «12» мая 2014 г. № 510)

Разработчики:

Семидоцкая А.В., преподаватель ГК РГГУ

---

Рецензент:

Кравченко Н.В., преподаватель ГК РГГУ

---

## Содержание

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	12
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	15

# 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

### 1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки), входящим в состав укрупненной группы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

Рабочая программа учебной дисциплины может быть адаптирована для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

### 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:

#### **иметь практический опыт:**

- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
- подготовки документации для регистрации авторских прав.

#### **уметь:**

- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;
- работать с рекламой в средствах массовой информации;
- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;
- проводить презентацию рекламного продукта;
- подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав.

#### **знать:**

- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
- основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;
- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
- основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;
- аспекты планирования рекламы;
- этапы принятия и реализации управленческих решений;
- классификацию целей менеджмента.

### 1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Всего 188 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 115 часов, включая:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 77 часов;
- самостоятельной работы обучающегося 38 часов.

производственной практики 73 часа.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД): Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
ПК 4.1.	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
ПК 4.2.	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
ПК 4.3.	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	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

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса/курсов						Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Консультации, часов	Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			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	
	ПМ. 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта									
ПК 4.1. – 4.3.	МДК. 04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	115	77	25	-	38	-	-	-	-
ПК 4.1. – 4.3.	Производственная практика, часов	73						-	-	73
	<b>Всего:</b>	<b>188</b>	<b>77</b>	<b>25</b>	<b>-</b>	<b>38</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>73</b>

### 3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ) Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объём, часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>ПМ. 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</b>		<b>188</b>	
<b>МДК. 04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности</b>		<b>115</b>	
Введение	Цель и задачи модуля «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта», его роль в формировании у студентов профессиональных компетенций. Краткая характеристика основных разделов модуля. Порядок и форма проведения занятий, особенности использования источников литературы и сети Интернет. Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов при изучении модуля.	2	1
<b>Раздел 1. Экономика рекламного дела. Рекламный продукт в средствах распространения</b>		<b>44</b>	
Тема 1.1. Рекламный рынок и рекламный продукт	<b>Содержание учебного материала</b> Рекламный рынок. Участники: рекламодаделец. Рекламопроизводитель. Рекламораспространитель. Рекламный продукт. Мировой рынок рекламы. Тенденции развития. Российский рынок рекламы. Тенденции развития.	6	2
	<b>Практическое занятие № 1:</b> Выполнение заданий по анализу основных рекламодателей, содержанию рекламных сообщений на мировом рынке и российском рынке.	6	

<p>Тема 1.2. Рекламный продукт в различных средствах распространения</p>	<p><b>Содержание учебного материала</b>          Экономика телевизионного рекламного рынка. Особенности работы с рекламным продуктом. Эфирное и неэфирное телевидение.          Экономика рекламы на радио. Особенности работы с рекламным продуктом.          Экономика сферы наружной рекламы. Особенности работы с рекламным продуктом.          Экономика рекламы в прессе. Особенности работы с рекламным продуктом.          Экономика рекламы в интернете. Особенности работы с рекламным продуктом.</p>	18	1-2
	<p><b>Практическое занятие № 2-4:</b>  <b>Решение задач:</b>          1. Классифицировать рекламные кампании по их краткому описанию (по целям, территориальному охвату, интенсивности воздействия).          Анализ текущих телевизионных рекламных кампаний с выделением основных рекламных сообщений. Письменная работа определения целей кампании через основное рекламное сообщение.          2. Дается описание продукта (услуги) и цели рекламной кампании. Необходимо составить краткий план рекламной кампании.          3. Подготовка аналитической записки по рекламе, размещенной на эфирных и неэфирных каналах.  <b>Деловая игра:</b>          «Составление рекламных продуктов для различных средств распространения рекламы»</p>	6	
<p><b>Самостоятельная работа при изучении раздела 1</b>          Работа с конспектами и со специальной литературой по рекламе (по параграфам и главам, указанным преподавателем).          Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций, разработанных преподавателем.          Самостоятельное изучение вопросов планирования и проведения рекламной деятельности предприятия, функционирования рекламных агентств различной специализации.          Презентационное представление в электронном виде схемы поэтапного процесса рекламной кампании с обоснованием целей, задач и видов контроля на каждом этапе рекламной кампании.          Подготовка к аттестации</p>		18	
<p><b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b>          К теме 1.1:</p>			



<p>1. Повторение теоретического материала, изученного на занятиях и подготовка ответов на контрольные вопросы, выданные преподавателем</p> <p>2. Составить аналитические записки по экономике рекламного рынка России, мира, Европы</p> <p>К теме 1.2:</p> <p>1. Работа с конспектами, специальной литературой, интернетом.</p> <p>2. Подготовка к выполнению практической работы в соответствии с методическими рекомендациями, разработанными преподавателем.</p> <p>3. Разработка и представление в электронном виде презентации на тему: «Рекламный продукт в различных средствах коммуникации» (по выбору студента).</p>			
<b>Раздел 2. Менеджмент в рекламной сфере</b>		<b>40</b>	
Тема 2.1. Менеджмент организации и ее среда	<b>Содержание учебного материала</b> Основные понятия менеджмента организации. Внутренняя и внешняя среда рекламной компании	6	1-2
	<b>Практическое занятие № 5:</b> Рассмотреть ситуационные задачи и выявить влияние внешних и внутренних факторов на рекламные компании	6	
Тема 2.2. Организация управления в рекламной сфере	<b>Содержание учебного материала</b> Управление коммуникациями в организации. Принятие решение в организации. Организационные структуры. Стратегическое управление. Мотивация сотрудников. Группы в организации. Самоменеджмент	18	1
<p><b>Самостоятельная работа при изучении раздела 2.</b> Работа с конспектами и со специальной литературой по менеджменту рекламы (по параграфам и главам, указанным преподавателем). Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций, разработанных преподавателем.</p>		10	
<p><b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b> К Теме 2.1: 1. По составленной преподавателем ситуационной задаче проанализировать внешнюю и внутреннюю среду рекламного предприятия. К Теме 2.2: 1. По представленным преподавателям брифам разработать групповое творческое решение для брифа, используя метод 635. 2. Найти сайты рекламных агентств различной специализации, составить примерную организационную структуру.</p>			
<b>Раздел 3. Рекламный продукт как объект интеллектуальной собственности</b>		<b>11</b>	

<p>Тема 3.1. Рекламный продукт – объект интеллектуальной собственности</p>	<p><b>Содержание учебного материала</b> Понятие и виды товарных знаков и знаков отличия. Правовая защита авторских прав на товарный знак. Правила оформления документации и подачи документов на регистрацию товарного знака.</p>	4	1-2
	<p><b>Практическое занятие № 6:</b> Подготовить пакет документов для регистрации товарного знака.</p>	7	
<p><b>Самостоятельная работа при изучении раздела 3.</b> Работа с IV частью Гражданского кодекса РФ, регулирующего защиту интеллектуальной собственности (по параграфам и главам, указанным преподавателем). Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций, разработанных преподавателем. Самостоятельное изучение технологий производства рекламных продуктов различного назначения. Изучение правил регистрации товарных знаков на сайте ФИПС. Подготовка к зачету</p>		10	
<p><b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b> К Теме 3.1: Анализ товарного знака образовательного учреждения, выделение охраняемых и неохраняемых элементов, составление рекомендаций по его регистрации. Подготовка к зачету</p>			
<p><b>Промежуточная аттестация</b></p>	<p>Зачет</p>	2	
<p><b>Производственная практика</b> <b>Виды работ</b> 1. Прохождение инструктажа обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка, режимом работы организации. 2. Общая характеристика организации: – Организационно-правовая форма, структура, функции, основные направления деятельности организации. 3. Организационные и управленческие процессы в рекламной деятельности. Рекламный продукт как объект интеллектуальной собственности: – Составление плана и графика деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта; – Осуществление работы с рекламой в СМИ; – Согласование макетов рекламной продукции с заказчиками;</p>		73	

– Подготовка и проведение презентации рекламного продукта;		
– Подготовка документации для регистрации авторского права на рекламный продукт.		
<b>Всего</b>	<b>188</b>	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

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

## 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие кабинета стандартизации, менеджмента и управления персоналом.

Учебное оборудование: Рабочие места обучающихся. Рабочее место преподавателя. Маркерная доска.

Учебно-наглядные пособия: нормативные документы, комплекс учебно-наглядных и методических пособий, стенды плакаты.

Технические средства: ноутбуки (лицензионное программное обеспечение: 7 zip, Kaspersky endpoint security 10, K-lite codec pack, Microsoft Office 2013), переносной проектор, аудиоколонки. Электронные ресурсы в среде интернет – справочно-правовая система: Консультант Плюс, Гарант, 1С: Предприятие.

### 4.2. Информационное обеспечение обучения

**Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

#### Основные источники:

1. Бацюн Н. В. Менеджмент в рекламе: учеб. пособие / Н.В. Бацюн. - М.: РИОР: ИНФРА-М, 2018. - 175 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - <https://doi.org/10.12737/14194>. - ISBN 978-5-369-00601-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/961744>

2. Виханский О.С. Менеджмент: Учебник / Виханский О.С., Наумов А.И., - 6-е изд., перераб. и доп – М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 656 с. ISBN 978-5-9776-0320-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/557530>

3. Нархов Д.Ю. Реклама: управленческий аспект: Учебное пособие / Нархов Д.Ю., - 2-е изд., стер. – М.: Флинта, Изд-во Урал. ун-та, 2017. - 263 с. ISBN 978-5-9765-3181-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/948829>

4. Райченко А.В. Менеджмент: Учебное пособие / Райченко А.В., Хохлова И.В. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с. ISBN. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/553544>

#### Дополнительные источники:

1. Ананьева Н.В. Рекламная деятельность: учеб. пособие / Н.В. Ананьева, Ю.Ю. Суслова. - Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2017. - 198 с. - ISBN 978-5-7638-3733-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1031865>

2. Рекламная деятельность: учебник / под ред. В.Д. Секерина. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 282 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>].- (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005684-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/920551>

#### Профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:

1. <http://www.window.edu.ru> - «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
2. <http://www.edu.ru> - Российский портал открытого образования
3. <http://www.liber.rsuh.ru> - Электронная библиотека РГГУ
4. <http://www.znanium.com> - ЭБС «Знаниум»
5. <http://www.fas.gov.ru> - Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы (ФАС РФ)
6. <http://www.reklamist.com> - «Энциклопедия Рекламных Знаний»
7. <http://www.iaa.ru> - Международная рекламная ассоциация. Российское отделение
8. <http://www.bigadvenc.ru> - Большая энциклопедия рекламы
9. <http://www.adindex.ru> - Сайт о рекламном рынке

#### Обмен информацией с российскими образовательными организациями:

1. ФГБОУ ВПО «Академия гражданской защиты Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий» (соглашение о сотрудничестве и совместной деятельности от 12.09.2014 г.).

2. Государственное бюджетное общеобразовательное учреждение города Москвы «Школа № 709» (договор о сотрудничестве и совместной деятельности от 01.09.2020 г.).

#### **4.3. Общие требования к организации образовательного процесса**

Учебный процесс по программе подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки) проводится с использованием как традиционных (лекции, практические занятия и т. п.), так и инновационных (использование мультимедийных средств, интерактивное обучение, работа в сети Интернет и т. п.) форм и технологий образования.

Освоение программы модуля «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта» базируется на изучении ОП 04. Экономика организации.

Реализация программы модуля предполагает производственную практику. Реализация программы производственной (по профилю специальности) практики предполагает наличие следующих баз практики:

- рекламные агентства Москвы и Московской области;
- PR и BTL- агентства Москвы и Московской области;
- digital- агентства Москвы и Московской области;
- рекламные отделы печатных и электронных средств массовой информации;
- отделы рекламы и маркетинга компаний разных форм собственности;
- организации и предприятия различных организационно-правовых форм.

Обязательным условием допуска к производственной практике в рамках профессионального модуля является освоение междисциплинарного курса «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности». Аттестация по итогам практики проводится на основании результатов, подтверждаемых отчётами и дневниками практики студентов, а также отзывами руководителей практики на студентов. Производственная практика завершается зачётом студентами освоенных профессиональных компетенций.

Реализация модуля должна обеспечиваться доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам по перечню основной и дополнительной литературы, доступом в Интернет. Каждый обучающийся должен быть обеспечен не менее чем одним учебным печатным и/или электронным изданием по каждой дисциплине профессионального учебного цикла и одним учебно-методическим печатным и/или электронным изданием по каждому междисциплинарному курсу (включая электронные базы периодических изданий). Библиотечный фонд должен быть укомплектован изданиями основной и дополнительной учебной литературы (изданными за последние 5 лет), а также справочными, библиографическими и периодическими изданиями.

Реализация программы ПМ предусматривает самостоятельную (внеаудиторную) работу обучающихся. Внеаудиторная работа должна сопровождаться методическим обеспечением и обоснованием времени, затрачиваемого на ее выполнение.

Изучение программы модуля завершается промежуточной аттестацией в форме экзамена по модулю для оценки усвоения общих и профессиональных компетенций по модулю.

#### **4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования по специальности рекламного направления, соответствующей профилю модуля «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»; опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы; преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: наличие высшего профессионального образования по специальности рекламного направления, соответствующей профилю модуля «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»; опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы; преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы, а также стажировка в профильных организациях не реже 1-го раза в три года являются обязательными.

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

Образовательная организация, реализующая подготовку по программе профессионального модуля, обеспечивает организацию и проведение текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль осуществляется преподавателем в процессе обучения.

В 5-6 семестрах студенты проходят промежуточную аттестацию по ПМ 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта, которая направлена на проверку готовности обучающегося к выполнению указанного вида профессиональной деятельности и сформированности у него компетенций, определенных в разделе 2. Результаты освоения профессионального модуля. В 5 семестре формой промежуточной аттестации по МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности является аттестация с оценкой, в 6 семестре зачет.

Промежуточная аттестация по производственной практике – дифференцированный зачет.

Обучение по профессиональному модулю завершается квалификационным экзаменом, который проводит экзаменационная комиссия.

Формы и методы текущего контроля и промежуточной аттестации по профессиональному модулю самостоятельно разрабатываются образовательной организацией и доводятся до сведения обучающихся не позднее одного календарного месяца до начала сессии.

Для текущего контроля и промежуточной аттестации образовательной организацией создаются фонды оценочных средств (ФОС). ФОС включают в себя педагогические контрольно – измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям результатов подготовки (таблицы).

<b>Результаты (освоенные профессиональные компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Полнота и точность анализа требований заказчика к изготовлению рекламной продукции;</li> <li>• Полнота и точность анализа необходимых ресурсов для выполнения заказа и составления графика изготовления рекламной продукции;</li> <li>• Полнота и соответствие плана изготовления рекламной продукции брифу;</li> <li>• Полнота, точность и соответствие плана изготовления рекламной продукции рекламной идее;</li> <li>• Аргументированность при проведении процедуры согласования идей, планов и макетов рекламной продукции с</li> </ul>	<p>Оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• результатов работы на практических занятиях;</li> <li>• результатов выполнения внеаудиторной самостоятельной работы;</li> <li>• результатов тестирования.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля, в ходе проведения производственной практики и процедур предъявления рекламной продукции заказчику.</p>

	<p>заказчиками;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Демонстрация знаний о видах разделения труда в рекламных предприятиях;</li> <li>• Правильность и аргументированность при определении роли своей и каждого человека в составе коллектива исполнителей.</li> </ul>	
<p>ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Опора на этику взаимоотношений с заказчиком: грамотность, вежливость и аргументированность при взаимодействии с заказчиками;</li> <li>• Точность координации на стадии разработки рекламы. Правильность отражения в учёте операций по выдаче кредитов;</li> <li>• Обоснованность выбора методов и технологии осуществления контроля;</li> <li>• Полнота контроля своевременности и качества изготовления рекламной продукции в соответствии с рекламной идеей;</li> <li>• Демонстрация готовности взять на себя ответственность за принимаемые решения.</li> </ul>	<p>Оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• результатов работы на практических занятиях;</li> <li>• результатов выполнения внеаудиторной самостоятельной работы;</li> <li>• результатов тестирования.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля, в ходе проведения производственной практики и процедур предъявления рекламной продукции заказчику.</p>
<p>ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Полнота и правильность оформления договоров и документов на изготовление рекламной продукции, актов выполненных работ;</li> <li>• Грамотность оформления договоров, в соответствии с действующим законодательством;</li> <li>• Грамотность и вежливость при консультировании с заказчиком по вопросам соответствия рекламной продукции брифу;</li> <li>• Правильность, полнота и обоснованность при подготовке документации для реализации авторских прав.</li> </ul>	<p>Оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• результатов работы на практических занятиях;</li> <li>• результатов выполнения внеаудиторной самостоятельной работы;</li> <li>• результатов тестирования.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля, в ходе проведения производственной практики и процедур предъявления рекламной продукции заказчику.</p>

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.



<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- участие в работе научно-студенческих обществ,</li> <li>- выступление на научно-практических конференциях,</li> <li>- участие во внеурочной деятельности, связанное с будущей специальностью (посещение профессиональных выставок, участие в конкурсах профессионального мастерства).</li> </ul>	<p>Экспертная оценка деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- на практических занятиях,</li> <li>- при выполнении работ на различных этапах производственной практики,</li> <li>- при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы;</li> </ul>
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выбор применения методов и способов решения профессиональных задач, оценка их эффективности и качества.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- при проведении: зачета, экзамена по модулю.</li> </ul>
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- анализ профессиональных ситуаций,</li> <li>- решение стандартных и нестандартных задач.</li> </ul>	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- эффективный поиск необходимой информации,</li> <li>- использование различных источников, включая Интернет, при изучении теоретического материала и прохождение различных этапов производственной практики.</li> </ul>	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использование в учебной и профессиональной деятельности различных видов программного обеспечения, в том числе специального, при оформлении и презентации всех видов работ.</li> </ul>	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	<p>Взаимодействие:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- с обучающимися при выполнении коллективных заданий (проектов),</li> <li>- с преподавателями, мастерами в ходе обучения,</li> <li>- с потребителями и коллегами в ходе производственной практики.</li> </ul>	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу	<ul style="list-style-type: none"> <li>- самоанализ и коррекция результатов собственной</li> </ul>	

<p>членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<p>деятельности при выполнении коллективных заданий (проектов),</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ответственность за результат выполнения заданий (проектов).</li> </ul>	
<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- планирование и качественное выполнение заданий для самостоятельной работы при изучении теоретического материала и прохождение различных этапов производственной практики,</li> <li>- определение этапов и содержание работы по реализации самообразования.</li> </ul>	
<p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- адаптация к изменяющимся условиям профессиональной деятельности,</li> <li>- проявление профессиональной маневренности при прохождении различных этапов производственной практики.</li> </ul>	
<p>ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация готовности принимать решения в условиях изменяющихся рыночных отношений, усиливающейся конкуренции и нести за них ответственность.</li> </ul>	
<p>ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использование приемов межличностного общения в процессе обучения,</li> <li>- умение преодолевать коммуникативные барьеры.</li> </ul>	