



1920

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Кубанский государственный университет»

Институт среднего профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ  
Директор ИНСПО



Т.П. Хлопова

«28» мая 2019 г.

**Рабочая программа профессионального модуля**

**ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного  
продукта**

42.02.01 Реклама

Краснодар 2019

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	2
1.1 Область применения программы.....	5
1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля.....	5
1.3. Перечень планируемых результатов обучения по профессиональному модулю (перечень формируемых компетенций).....	6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	7
2.1. Тематический план профессионального модуля.....	7
2.2. Содержание обучения по профессиональному модулю.....	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	16
3.1. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по профессиональному модулю.....	17
3.2. Перечень необходимого программного обеспечения.....	19
3.3. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения профессионального модуля.....	20
3.3.1. Основная литература.....	22
3.3.2. Дополнительная литература.....	22
3.3.3. Периодические издания.....	23
3.3.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения модуля.....	24
4. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА.....	24
4.1. Кадровое обеспечение образовательного процесса .....	25
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ).....	25
6. ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	28
7. ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ-ИНВАЛИДОВ И СТУДЕНТОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	31

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

## 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее - рабочая программа)- является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности **42.02.01 Реклама**, и соответствующих профессиональных компетенций (ПК), соответствующими основным видам профессиональной деятельности

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.

## 1.2. Цели и задачи профессионального 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 Перечень планируемых результатов обучения по профессиональному модулю (перечень формируемых компетенций)**

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности **маркетингового и правового обеспечения реализации рекламного продукта**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
ПК 4.1.	Планировать работу (собственную или группы) по разработке и техническому исполнению рекламного проекта.
ПК 4.2.	Осуществлять контроль исполнения на соответствие рекламной идее и заказу рекламодателя.
ПК 4.3.	Взаимодействовать с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
ОК 4.	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на

	себя ответственности за результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.
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.



## 2.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Вид учебной работы	Объем часов
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	114
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	76
в том числе:	
занятия лекционного типа	38
практические занятия	38
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	34
в том числе:	
самостоятельная внеаудиторная работа в виде домашних практических заданий, индивидуальных заданий, самостоятельного подбора и изучения дополнительного теоретического материала	34
<b>Консультации</b>	4
<i>Промежуточная аттестация в форме зачета/экзамена/дифзачета</i>	<i>зачет</i>

### Тематический план и содержание учебной дисциплины

#### МДК.04.01 «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (если предусмотрена)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>Раздел 1. Экономические основы рекламной деятельности</b>		<b>22</b>	<b>2 3</b>
<b>Тема 1.</b> Реклама как социально-экономическое явление	<b>Содержание учебного материала</b>		
	<b>Лекции</b>	<b>3</b>	
	1 Понятие рекламы		
	2 Цели и задачи рекламы		
	3 Функции рекламы		
	4 Классификация рекламы		
<b>Тема 2.</b> Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	<b>Содержание учебного материала</b>		
	<b>Лекции</b>	<b>3</b>	
	1 Реклама в маркетинговом комплексе		
	2 Сегментация и модели поведения потребителей		
	3 Позиционирование в рекламе		

	4	Уникальное торговое предложение		
	5	Модели рекламных коммуникаций		
	<b>Практические занятия:</b> 1. Проведение сегментации для рекламы различных товаров 2. Создание концепции позиционирования для различных брендов		4	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> 1. Составление УТП для любого товара		3	
<b>Тема 3</b> Оценка эффективности рекламы	<b>Содержание учебного материала</b>			
	<b>Лекции</b>		<b>2</b>	
	1	Понятие «эффективность рекламы»		
	2	Коммуникационная эффективность рекламы		
	3	Экономическая эффективность рекламы		
	4	Методы и способы оценки эффективности рекламы		
	<b>Практические (лабораторные) занятия</b>		<b>3</b>	
	1	Групповая работа. Определение экономической и коммуникационной эффективности в смоделированных рекламных кампаниях.		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> 1. Определить наиболее актуальные способы определения эффективности конкретной рекламы. Обосновать свой выбор.		<b>2</b>	
<b>Раздел 2. Организация рекламной деятельности</b>			<b>48</b>	
				<b>2</b>
				<b>3</b>
<b>Тема 4.</b> Рекламная деятельность и её участники	<b>Содержание учебного материала</b>			
	<b>Лекции</b>		<b>3</b>	
	1	Классификация участников рекламного процесса		
	2	Особенности деятельности рекламной службы		
	3	Особенности деятельности рекламного агентства		
	4	Взаимодействие между рекламодателем и рекламным агентством		
	<b>Практические (лабораторные) занятия</b>		<b>3</b>	
1	Моделирование структуры идеального рекламного			

		агентства/идеальной рекламной службы.		
		<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> 1. Подготовить сообщение о деятельности конкретного рекламного агентства либо рекламной службы		
<b>Тема 5</b> Правовое обеспечение рекламной деятельности	<b>Содержание учебного материала</b>			
	<b>Лекции</b>		<b>5</b>	
	1	Регулирование рекламной деятельности в России		
	2	ФЗ «О рекламе» как основной документ, регулирующий рекламную деятельность в РФ		
	3	Авторское право и его защита в рекламной деятельности		
	<b>Практические (лабораторные) занятия</b> 1. Подробное изучение ФЗ «О рекламе». Групповая работа.		<b>5</b>	
	<b>Самостоятельная работа</b> 1. Проанализировать ФЗ «О рекламе». Найти его сильные и слабые стороны.		4	
<b>Тема 6</b> Подготовка и проведение рекламной кампании	<b>Содержание учебного материала</b>			
	<b>Лекции</b>		4	
	1. Цели рекламной кампании			
	2. Виды рекламных кампаний			
	3. Этапы проведения рекламной кампании			
	<b>Практические (лабораторные) занятия</b> 1. Моделирование рекламных кампаний различных видов. Групповая работа.		4	
<b>Самостоятельная работа</b> 1. Проанализировать конкретную рекламную кампанию.		4		
<b>Тема 7.</b> Создание рекламы	<b>Содержание учебного материала</b>			
	<b>Лекции</b>		<b>3</b>	
	1	Этапы создания рекламы		
	2	Практические рекомендации при создании рекламы		
	<b>Практические занятия</b>		4	
	1	Поэтапное создание рекламы мобильной связи. Групповая работа.		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		3	
1	Создать рекламу конкретного продукта, расписав каждый этап.			
<b>Раздел 3. Планирование рекламной деятельности</b>				
<b>Тема 8.</b> Особенности планирования рекламной	<b>Содержание учебного материала</b>			
	<b>Лекции</b>		<b>4</b>	
	1	Рекламное планирование: особенности и задачи		

деятельности	2	Этапы рекламного планирования		
	3	Разработка рекламной стратегии		
	<b>Практические (лабораторные) занятия</b>		4	
	1	Проведение ситуационного анализа рекламного продукта		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> 1. Создание рекламной стратегии конкретного продукта		2	
<b>Тема 9.</b> Рекламные исследования	<b>Содержание учебного материала</b>			
	<b>Лекции</b>		4	
	1. Рекламное исследование: задачи и типы			
	2. Этапы рекламного исследования			
	3. Методы исследования в рекламе			
	<b>Практические занятия</b> Моделирование ситуаций и проведение различного рода исследований (эксперимента, опроса, интервьюирования, анкетирования, фокус-групп)		3	
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Проведение мониторинга на тему, выбранную студентом.		3		
<b>Тема 10</b> Выбор средств и способов распространения рекламы	<b>Содержание учебного материала</b>			
	<b>Лекции</b>		4	
	1	Средства распространения рекламы		
	2	Сравнительная характеристика средств распространения рекламы		
	3	Выбор средств распространения рекламы		
	4	Медиапланирование		
	5	Этапы медиапланирования		
	<b>Практические (лабораторные) занятия</b>		3	
	1	Составление медиаплана. Групповая работа.		
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> 1. Создание медиа стратегии конкретного рекламного продукта		3		
<b>Тема 11</b> Формирование рекламного бюджета	<b>Содержание учебного материала</b>			
	<b>Лекции</b>		3	
	1. Формирование рекламного бюджета: цель, факторы, подходы.			
	2. Методы определения рекламного бюджета			
	3. Распределение средств рекламного бюджета по статьям расходов			
<b>Практические (лабораторные) занятия</b>		3		

	1. Составление рекламного бюджета		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>2</b>	
	1. Составление бюджета конкретной рекламной кампании		

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)

## Содержание разделов дисциплины

### Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела	Содержание лекционных занятий	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Экономические основы рекламной деятельности	Условия возникновения рекламы. Подходы к определению понятия «реклама». Универсальное определение рекламы. Законодательное определение рекламы. Критика законодательного определения рекламы. Другие определения рекламы. Цели рекламы. Задачи рекламы. Группа задач «реклама-напоминание». Группа задач «реклама-убеждение». Группа задач «реклама-сообщение». Признаки рекламы. Функции рекламы. Экономическая функция рекламы. Коммуникационная функция рекламы. Маркетинговая функция рекламы. Социальная функция рекламы. Классификация рекламы. Медийная и немедийная реклама. Коммерческая и некоммерческая реклама. Социально-экономическая роль рекламы. Реклама в маркетинговом комплексе. Инструменты маркетинговой коммуникации. Сегментация. Критерии сегментации. Выбор целевого рынка. Изучение потребителей. Осмысленный маркетинг. Позиционирование в рекламе. Модели позиционирования. Принципы позиционирования. Уникальное торговое предложение. Условия УТП. Модели рекламных коммуникаций. Понятие «эффективность рекламы». Показатели эффективности рекламы. Критерии эффективности рекламы. Экономическая эффективность рекламы. Способы определения экономической эффективности рекламы. Коммуникационная эффективность	ПР у

		рекламы. Способы определения коммуникационной эффективности рекламы.	
2.	Организация рекламной деятельности	Участники рекламного процесса. Механизм рекламного процесса. Особенности деятельности рекламной службы. Структура рекламной службы. Функции отделов рекламной службы. Рекламные агентства: виды, функции. Структура рекламного агентства. Взаимодействие между рекламодателем и рекламным агентством. История регулирования рекламной деятельности в России. Система регулирования рекламы. Саморегулирование. Регулирование со стороны большого бизнеса. Государственное регулирование. Основные законы в области рекламы. ФЗ «О рекламе». Авторское право и его защита в рекламной деятельности. Цели рекламных кампаний. Требования к целям рекламных кампаний. Виды рекламных кампаний. Имиджевая рекламная кампания. Продуктовая рекламная кампания. Торговая рекламная кампания. Этапы проведения рекламной кампании. Этапы создания рекламы. Определение целей и объекта рекламы. Анализ деятельности конкурентов. Выбор вида и средств рекламы. Определение творческого подхода и идеи рекламы. Разработка рекламного сообщения. Анализ эффективности рекламы. Практические рекомендации по созданию рекламы.	ПР У
3.	Планирование рекламной деятельности	Понятие «планирование» в рекламе. Задачи планирования. Рекламные планы. Этапы планирования в рекламной деятельности. Создание миссии и видения. Ситуационный анализ. Разработка рекламной стратегии. Структура рекламной стратегии. Виды рекламных стратегий. Понятие «рекламное исследование». Задачи рекламного исследования. Качественное рекламное исследование. Количественное рекламное исследование. Сфера применения рекламных исследований. Этапы рекламного исследования. Методы рекламных исследований. Средства распространения рекламы. Телевизионная реклама. Радиореклама. Реклама в прессе. Реклама в журналах. Наружная реклама. Реклама в транспорте. Реклама в интернете. Выбор средств распространения рекламы. Факторы, учитываемые при выборе средства распространения рекламы.	ПР У

		Медиапланирование. Этапы медиапланирования. Рекламный бюджет. Цель формирования рекламного бюджета. Факторы формирования рекламного бюджета. Подходы к созданию рекламного бюджета. Методы определения рекламного бюджета. Распределение средств рекламного бюджета по статьям расходов.	

### Практические занятия (Лабораторные занятия)

№	Наименование раздела	Наименование практических (лабораторных) работ	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Экономические основы рекламной деятельности	1.Проведение сегментации для рекламы различных товаров 2.Создание концепции позиционирования для различных брендов 3.Групповая работа. Определение экономической и коммуникационной эффективности в смоделированных рекламных кампаниях.	ПР У
	Организация рекламной деятельности	4.Моделирование структуры идеального рекламного агентства/идеальной рекламной службы. 5.Подробное изучение ФЗ «О рекламе». Групповая работа. 6.Моделирование рекламных кампаний различных видов. Групповая работа. 7.Поэтапное создание рекламы мобильной связи. Групповая работа.	
3.	Планирование рекламной деятельности	8.Проведение ситуационного анализа рекламного продукта	ПР У
		9.Моделирование ситуаций и проведение различного рода исследований (эксперимента, опроса, интервьюирования, анкетирования, фокус-групп)	
		10.Составление медиаплана. Групповая работа.	
		11.Составление рекламного бюджета	
		<b>И.т.д.</b>	

*Примечание: ПР- практическая работа, ЛР- лабораторная работа; Т – тестирование, Р – написание реферата, У – устный опрос, КР – контрольная работа*

### Содержание самостоятельной работы

Примерные виды практических заданий для самостоятельной работы:

1. Актуализация теоретического материала в виде анализа конкретных предметов и ситуаций.

2. Творческие задания (составление УТП, рекламной стратегии, поэтапное создание рекламы, проведение мониторинга, формирование бюджета рекламной кампании)
3. Подготовка сообщения по теме

### Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

№	Наименование раздела, темы, вида СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1.	Тема 1: Реклама как социально-экономическое явление. Вид СРС: подготовка к устному опросу.	<p>1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО / Карпова С. В. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 431 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04657-1. — Режим доступа : <a href="http://www.biblio-online.ru/book/558C825F-4352-4F07-9AA1-7A6C4CAF2DE7">www.biblio-online.ru/book/558C825F-4352-4F07-9AA1-7A6C4CAF2DE7</a>.</p> <p>2. Коротков, Э. М. Менеджмент : учебник для СПО / Коротков Э. М. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 640 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9689-0. — Режим доступа : <a href="http://www.biblio-online.ru/book/9B2B615E-3CF7-4285-9010-C0CECF045593">www.biblio-online.ru/book/9B2B615E-3CF7-4285-9010-C0CECF045593</a>.</p>
2.	Тема 2: Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Вид СРС: творческое задание	
3.	Тема 3: Оценка эффективности рекламы. Вид СРС: творческое задание	
4.	Тема 4: Рекламная деятельность и её участники. Вид СРС: подготовка сообщения	
5.	Тема 5: Правовое обеспечение рекламной деятельности. Вид СРС: актуализация теоретического материала в виде анализа конкретных предметов и ситуаций.	
6.	Тема 6: Подготовка и проведение рекламной кампании. Вид СРС: актуализация теоретического материала в виде анализа конкретных предметов и ситуаций.	
7.	Тема 7: Создание рекламы. Вид СРС:	

	творческое задание
8.	Тема 8: Особенности планирования рекламной деятельности. Вид СРС: творческое задание
9.	Тема 9: Рекламные исследования. Вид СРС: творческое задание
10.	Тема 10: Выбор средств и способов распространения рекламы. Вид СРС: творческое задание
11.	Тема 11: Формирование рекламного бюджета. Вид СРС: творческое задание

#### **УП.04.01 Учебная практика**

УП.04.01 – 36 часов, в том числе консультации – 2 часа (1 неделя)

#### **ПП.04.01 Производственная практика (по профилю специальности)**

ПП.04.01.– 72 часа, в том числе консультации – 8 часов (2 недели) – 6 сем.

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАМ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

#### **3.1. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по профессиональному модулю**

##### **Материально-техническое обеспечение**

Кабинет менеджмента, ул. Мира, 29 ауд. 8

Специализированная мебель и системы хранения (доска классная, стол и стул учителя, столы и стулья ученические, шкафы для хранения учебных пособий, системы хранения таблиц и плакатов);

технические средства обучения (рабочее место учителя: компьютер учителя, видеопроектор, экран, лицензионное ПО);

демонстрационные учебно-наглядные пособия (комплект стендов: "Система менеджмента качества", "Инвестиционный менеджмент", "Методы и стили управления", "Организационные структуры управления", "Мотивация деятельности сотрудников").

#### **3.2. Перечень необходимого программного обеспечения**

- Операционная система Microsoft Windows 10 (дог. №73–АЭФ/223-ФЗ/2018 от 06.11.2018, соглашение Microsoft ESS 72569510);
- Пакет программ Microsoft Office Professional Plus (дог. №73–АЭФ/223-ФЗ/2018 от 06.11.2018, соглашение Microsoft ESS 72569510);
- Приложение для моделирования трёхмерных объектов SketchUp Pro 2018 Educational, Network, LAB (дог. № 80-АЭФ/223-ФЗ/2018 от 06.12.2018);
- Система автоматизированного проектирования (САПР) AutoCad (2019) (данное программное обеспечение фирмой Autodesk распространяется бесплатно для учебных учреждений);
- Векторный графический редактор CorelDRAW Graphics Suite X8 Education Lic (5-50) RUS, (LCCDGSX8MULA2) (контракт 136-АЭФ/2016 от 15.09.2016);

- Многофункциональный графический редактор AdobeCLPPhotoshopExtendedCS6 13 MultiplePlatformsRussianAOLLicenseCLPLevel 2 (50,000 - 99,999) AcademicEdition (контракт 114-ОАЭФ/2012 от 27.09.2012, бессрочно);
- GIMP – свободно распространяемый растровый графический редактор, используемый для создания и обработки растровой графики License (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- 7-zipGNU LesserGeneralPublicLicense (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- Интернет браузерGoogleChrome(бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- K-LiteCodecPack — универсальный набор кодеков (кодировщиков-декодировщиков) и утилит для просмотра и обработки аудио- и видеофайлов (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- WinDjView – программа для просмотра файлов в формате DJV и DjVu (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);

### **3.3. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения профессионального модуля**

#### **3.3.1. Основная литература:**

Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО / Карпова С. В. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 431 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04657-1. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/558C825F-4352-4F07-9AA1-7A6C4CAF2DE7](http://www.biblio-online.ru/book/558C825F-4352-4F07-9AA1-7A6C4CAF2DE7).

#### **МДК.04.01**

#### **3.3.2. Дополнительная литература:**

1. Коротков, Э. М. Менеджмент : учебник для СПО / Коротков Э. М. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 640 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9689-0. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/9B2B615E-3CF7-4285-9010-C0CECF045593](http://www.biblio-online.ru/book/9B2B615E-3CF7-4285-9010-C0CECF045593).

2. Гапоненко, А. Л. Менеджмент : учебник и практикум для СПО / Гапоненко А. Л. ; отв. ред. А. Л. Гапоненко — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 396 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02049-6. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/53DCDA52-3EFA-4556-99D1-33182EBA59F4](http://www.biblio-online.ru/book/53DCDA52-3EFA-4556-99D1-33182EBA59F4).

### **3.3.3. Периодические издания:**

1. Журнал «Новости рекламы»
2. Электронная библиотека "Издательского дома "Гребенников" ([www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru));
3. Базы данных компании «Ист Вью» (<http://dlib.eastview.com>).

### **3.3.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. Министерство образования и науки Российской Федерации (<http://минобрнауки.рф/>);
2. Федеральный портал "Российское образование" (<http://www.edu.ru/>);
3. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" (<http://window.edu.ru/>);
4. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (<http://school-collection.edu.ru/>);
5. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
6. Образовательный портал "Учеба" (<http://www.ucheba.com/>);
7. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" (<https://pushkininstitute.ru/>);
8. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://www.elibrary.ru/>);
9. Национальная электронная библиотека (<http://нэб.рф/>);
10. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
11. Справочно-информационный портал "Русский язык" (<http://gramota.ru/>);
12. Служба тематических толковых словарей (<http://www.glossary.ru/>);
13. Словари и энциклопедии (<http://dic.academic.ru/>);
14. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети)

## **4. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА**

### **4.1 Кадровое обеспечение образовательного процесса**

-наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля

-опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы, преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 5 лет.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
Планировать работу (собственную или группы) по разработке и техническому исполнению рекламного проекта.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- рациональность построенного плана для размещения и сопровождения заказа</li> <li>- самостоятельность при работе с нормативной документацией</li> </ul>	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- практических работ по темам профессионального модуля;</li> <li>- защита практических работ;</li> <li>- дифференцированный зачёт по разделу профессионального модуля</li> </ul> <p>защита отчёта по практике</p>
Осуществлять контроль исполнения на соответствие рекламной идее и заказу рекламодателя.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- рациональность построенного плана для размещения и сопровождения заказа</li> <li>- самостоятельность при работе с нормативной документацией</li> </ul>	
Взаимодействовать с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта.		
Регистрировать и защищать авторское право на рекламный продукт.		
Реализовывать технологии продвижения рекламного продукта.		
Принимать решение в соответствии с требованиями рекламодателей и документами, регламентирующими рекламную деятельность.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- достоверность и презентативность полученных данных</li> <li>- логичность и объем сделанных выводов</li> <li>- самостоятельность выполнения исследования</li> <li>- скорость определения и поиска нормативной</li> </ul>	

	документации	
Обеспечивать технику безопасности на производственном участке.		

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	- демонстрация интереса к будущей профессии;	Экспертная оценка общих компетенций при выполнении работ на производственной практике.
ОК.2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	- обоснование выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач и определение их значение;	Мониторинг активности при проведении научно-практических конференций, олимпиад, конкурсов, в том числе профессиональных
ОК.3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- демонстрация способности 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	- знать круг профессиональных задач, профессионального и личностного развития, уметь осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач	
ОК.5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в	- знать современные средства коммуникации и возможность передачи информации; уметь использовать информационно-	

профессиональной деятельности	коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	
ОК.6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения, а так же руководителями практики от предприятия	
ОК.7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	- знать основы профессиональной этики и психологии в общении с окружающими	
ОК.8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	- знать круг задач профессионального и личностного развития; - уметь самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	
ОК.9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	- знать приемы и способы адаптации в профессиональной деятельности; - уметь адаптироваться к меняющимся условиям 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	-	

## **6. ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

Не предусмотрено.

## **7. ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ-ИНВАЛИДОВ И СТУДЕНТОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Порядок обучения инвалидов и студентов с ограниченными возможностями определен Положением КубГУ «Об обучении студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья»

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены образовательные технологии, учитывающие особенности и состояние здоровья таких лиц.