

Аннотация профессионального модуля

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

42.02.01 Реклама

3 курс 6 семестр

всего 116 часов, в том числе:
лекции 38 час.
практические занятия 38 час.
самостоятельные занятия 40 час.

Объем трудоемкости дисциплины «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности»

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	116
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	76
в том числе:	
занятия лекционного типа	38
практические занятия	38
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	40
в том числе:	
самостоятельная внеаудиторная работа в виде домашних практических заданий, индивидуальных заданий, самостоятельного подбора и изучения дополнительного теоретического материала	40
Консультации	-
<i>Промежуточная аттестация в форме зачета/экзамена/дифзачета</i>	<i>дифзачет</i>

Цель и задачи учебной дисциплины

Цель – дать студентам представление об экономических и организационных аспектах рекламной деятельности.

Задачи:

- 1) Изучить экономические основы рекламной деятельности.
- 2) Освоить организационную составляющую рекламной деятельности.
- 3) Изучить основы планирования рекламной кампании.

Место дисциплины в структуре ООП ВПО

Дисциплина входит в профессиональный модуль 4 «Организация и управление изготовлением рекламного продукта».

Требования к уровню освоения дисциплины

№ п. п	Индекс компетенции	Содержание компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ОК-1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации; основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики; Классификацию целей менеджмента.	Составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта; Работать с рекламой в средствах массовой информации; Проводить презентацию рекламного продукта;	навыками планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
2	ОК-2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.			
3	ОК-3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.			
4	ОК-4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.			
5	ОК-5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.			
6	ОК-6	Работать в коллективе и команде,			

		эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.			
7	ОК-7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.			
8	ОК-8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.			
9	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.			
	ПК 4.1	Планировать	Основные	Проводить	Навыками

		собственную работу в составе коллектива исполнителей.	федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;	процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком; Подготавливают авторскую документацию для регистрации авторских прав.	контролируются соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; Навыками взаимодействия с субъектами рекламной деятельности; Навыками подготовки документации для регистрации авторских прав
	ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	Аспекты планирования рекламы; Этапы принятия и реализации управленческих решений;		
	ПК 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.			

В результате изучения обязательной части учебного цикла обучающийся должен:

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.

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.

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

Основные разделы дисциплины:

Наименование	Количество аудиторных часов	Самостоятельна
--------------	-----------------------------	----------------

разделов и тем	Всего	Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия	я работа обучающегося (час)
Раздел 1. Экономические основы рекламной деятельности	22	8	7	10
Тема 1. Реклама как социально-экономическое явление		3	-	2
Тема 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций		3	4	4
Тема 3. Оценка эффективности рекламы		2	3	4
Раздел 2. Организация рекламной деятельности	48	15	18	18
Тема 4. Рекламная деятельность и её участники.		3	3	2
Тема 5. Правовое обеспечение рекламной деятельности.		5	5	4
Тема 6. Подготовка и проведение рекламной кампании.		4	4	6
Тема 7. Создание рекламы.		3	4	6
Раздел 3. Планирование рекламной деятельности.	36	15	13	12

Тема 8. Особенности планирования рекламной деятельности		4	4	3
Тема 9. Рекламные исследования		4	3	3
Тема 10. Выбор средств и способов распространения рекламы		4	3	3
Тема 11. Формирование рекламного бюджета		3	3	3
Всего по дисциплине	116	38	38	40

Изучение дисциплины заканчивается аттестацией в форме дифзачета.

Основная литература

1. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469660> (дата обращения: 01.06.2021).
2. Коротков, Э. М. Менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / Э. М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 566 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08046-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469833> (дата обращения: 01.06.2021).

Автор: Георгиева А.П.