

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный гуманитарный университет»

(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

Гуманитарный колледж

Рабочая программа профессионального модуля

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

для специальности

42.02.01 Реклама

2022 г.

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

Протокол

№ 1 от «09» сентября 2022 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:

Код	Наименование результата обучения
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
	Всего:	188	77	25	-	38	-	-	-	73

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
ПМ. 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта		188	
МДК. 04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности		115	
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
Раздел 1. Экономика рекламного дела. Рекламный продукт в средствах распространения		44	
Тема 1.1. Рекламный рынок и рекламный продукт	Содержание учебного материала Рекламный рынок. Участники: рекламодаделец. Рекламопроизводитель. Рекламораспространитель. Рекламный продукт. Мировой рынок рекламы. Тенденции развития. Российский рынок рекламы. Тенденции развития.	6	2
	Практическое занятие № 1: 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>Содержание учебного материала 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>Практическое занятие № 2-4: Решение задач: 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. Деловая игра: «Составление рекламных продуктов для различных средств распространения рекламы»</p>	6	
<p>Самостоятельная работа при изучении раздела 1 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>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы 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>			
Раздел 2. Менеджмент в рекламной сфере		40	
Тема 2.1. Менеджмент организации и ее среда	<p>Содержание учебного материала Основные понятия менеджмента организации. Внутренняя и внешняя среда рекламной компании</p> <p>Практическое занятие № 5: Рассмотреть ситуационные задачи и выявить влияние внешних и внутренних факторов на рекламные компании</p>	6	1-2
		6	
Тема 2.2. Организация управления в рекламной сфере	<p>Содержание учебного материала Управление коммуникациями в организации. Принятие решение в организации. Организационные структуры. Стратегическое управление. Мотивация сотрудников. Группы в организации. Самоменеджмент</p>	18	1
<p>Самостоятельная работа при изучении раздела 2. 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>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы 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>			
Раздел 3. Рекламный продукт как объект интеллектуальной собственности		11	

<p>Тема 3.1. Рекламный продукт – объект интеллектуальной собственности</p>	<p>Содержание учебного материала 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>Практическое занятие № 6: Подготовить пакет документов для регистрации товарного знака.</p>	7	
<p>Самостоятельная работа при изучении раздела 3. 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>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы К Теме 3.1: Анализ товарного знака образовательного учреждения, выделение охраняемых и неохраняемых элементов, составление рекомендаций по его регистрации. Подготовка к зачету</p>			
<p>Промежуточная аттестация</p>	<p>Зачет</p>	2	
<p>Производственная практика Виды работ 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.		
Всего	188	

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, аудиокolonки. 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

Печатные издания не используются. Профессиональный модуль полностью обеспечен электронными изданиями.

Нормативно-правовые акты:

1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» // Собрание законодательства РФ, 20.03.2006, № 12, ст. 1232. // СПС «Консультант плюс»

1. Конституция Российской Федерации, принята 12 декабря 1993 года // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 №51-ФЗ // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/

3. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 №195-ФЗ // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/

4. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 №197-ФЗ (ред. от 25.11.2009) // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/

5. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/

6. Закон РФ от 19.04.1991 № 1032-1 «О занятости населения в Российской Федерации» // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_60/

Основные источники:

1. Бацион Н. В. Менеджмент в рекламе: учеб. пособие / Н.В. Бацион. - М.: РИОР: ИНФРА-М, 2018. - 175 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/961744>

2. Домнин В. Н. Брендинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 493 с. URL: <https://urait.ru/bcode/497491>

3. Зельдович Б. З. Менеджмент в медиа индустрии: учебник для среднего профессионального образования / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 293 с. URL: <https://urait.ru/bcode/495909>

4. Карпова С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 431 с. — URL: <https://urait.ru/bcode/489829>

5. Коргова М. А. Менеджмент. Управление организацией: учебное пособие для среднего профессионального образования / М. А. Коргова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 197 с. URL: <https://urait.ru/bcode/495380>

Дополнительные источники:

1. Ананьева Н.В. Рекламная деятельность: учеб. пособие / Н.В. Ананьева, Ю.Ю. Суслова. - Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2017. - 198 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1031865>
2. Бузукова Е. А. Управление ассортиментом и основы категорийного менеджмента: учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Бузукова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 181 с. URL: <https://urait.ru/bcode/509159>
3. Иванова И. А. Менеджмент: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 305 с. URL: <https://urait.ru/bcode/491094>
4. Менеджмент: методы принятия управленческих решений: учебное пособие для среднего профессионального образования / П. В. Иванов [и др.]; под редакцией П. В. Иванова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 276 с. — URL: <https://urait.ru/bcode/495414>
5. Пономарёва Е. А. Бренд-менеджмент: учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 341 с. URL: <https://urait.ru/bcode/489174>
6. Рекламная деятельность: учебник / под ред. В.Д. Секерина. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 282 с. 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

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).

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей	<ul style="list-style-type: none"> • Полнота и точность анализа требований заказчика к изготовлению рекламной продукции; • Полнота и точность анализа необходимых ресурсов для выполнения заказа и составления графика изготовления рекламной продукции; • Полнота и соответствие плана изготовления рекламной продукции брифу; • Полнота, точность и соответствие плана изготовления рекламной продукции рекламной идее; • Аргументированность при проведении процедуры согласования идей, планов и макетов рекламной продукции с 	<p>Оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> • результатов работы на практических занятиях; • результатов выполнения внеаудиторной самостоятельной работы; • результатов тестирования. <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"> • Демонстрация знаний о видах разделения труда в рекламных предприятиях; • Правильность и аргументированность при определении роли своей и каждого человека в составе коллектива исполнителей. 	
<p>ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Опора на этику взаимоотношений с заказчиком: грамотность, вежливость и аргументированность при взаимодействии с заказчиками; • Точность координации на стадии разработки рекламы. Правильность отражения в учёте операций по выдаче кредитов; • Обоснованность выбора методов и технологии осуществления контроля; • Полнота контроля своевременности и качества изготовления рекламной продукции в соответствии с рекламной идеей; • Демонстрация готовности взять на себя ответственность за принимаемые решения. 	<p>Оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> • результатов работы на практических занятиях; • результатов выполнения внеаудиторной самостоятельной работы; • результатов тестирования. <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"> • Полнота и правильность оформления договоров и документов на изготовление рекламной продукции, актов выполненных работ; • Грамотность оформления договоров, в соответствии с действующим законодательством; • Грамотность и вежливость при консультировании с заказчиком по вопросам соответствия рекламной продукции брифу; • Правильность, полнота и обоснованность при подготовке документации для реализации авторских прав. 	<p>Оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> • результатов работы на практических занятиях; • результатов выполнения внеаудиторной самостоятельной работы; • результатов тестирования. <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.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- участие в работе научно-студенческих обществ, - выступление на научно-практических конференциях, - участие во внеурочной деятельности, связанное с будущей специальностью (посещение профессиональных выставок, участие в конкурсах профессионального мастерства).	Экспертная оценка деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: - на практических занятиях, - при выполнении работ на различных этапах производственной практики, - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы;
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- выбор применения методов и способов решения профессиональных задач, оценка их эффективности и качества.	- при проведении: зачета, экзамена по модулю.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- анализ профессиональных ситуаций, - решение стандартных и нестандартных задач.	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- эффективный поиск необходимой информации, - использование различных источников, включая Интернет, при изучении теоретического материала и прохождение различных этапов производственной практики.	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- использование в учебной и профессиональной деятельности различных видов программного обеспечения, в том числе специального, при оформлении и презентации всех видов работ.	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Взаимодействие: - с обучающимися при выполнении коллективных заданий (проектов), - с преподавателями, мастерами в ходе обучения, - с потребителями и коллегами в ходе производственной практики.	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу	- самоанализ и коррекция результатов собственной	

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