

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



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

Рабочая программа профессионального модуля
**ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и
организаций в среде Интернет средствами цифровых
коммуникационных технологий**

для специальности

42.02.01 Реклама

2024 г.

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

Протокол

№ 1 от «09» сентября 2024 г.

Составлена на основе федерального
государственного образовательного
стандарта СПО по специальности
42.02.01 Реклама, утвержденного
Приказом Минпросвещения России от
21.07.2023 N 552

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: рекламодатель. 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	
Тема 1.2. Рекламный продукт в различных средствах распространения	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.	18	1-2

	<p>Экономика рекламы в прессе. Особенности работы с рекламным продуктом. Экономика рекламы в интернете. Особенности работы с рекламным продуктом.</p>		
	<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: 1. Повторение теоретического материала, изученного на занятиях и подготовка ответов на контрольные вопросы, выданные преподавателем 2. Составить аналитические записки по экономике рекламного рынка России, мира, Европы К теме 1.2: 1. Работа с конспектами, специальной литературой, интернетом. 2. Подготовка к выполнению практической работы в соответствии с методическими рекомендациями,</p>		

разработанными преподавателем.			
3. Разработка и представление в электронном виде презентации на тему: «Рекламный продукт в различных средствах коммуникации» (по выбору студента).			
Раздел 2. Менеджмент в рекламной сфере		40	
Тема 2.1. Менеджмент организации и ее среда	Содержание учебного материала Основные понятия менеджмента организации. Внутренняя и внешняя среда рекламной компании	6	1-2
	Практическое занятие № 5: Рассмотреть ситуационные задачи и выявить влияние внешних и внутренних факторов на рекламные компании	6	
Тема 2.2. Организация управления в рекламной сфере	Содержание учебного материала Управление коммуникациями в организации. Принятие решение в организации. Организационные структуры. Стратегическое управление. Мотивация сотрудников. Группы в организации. Самоменеджмент	18	1
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.		10	
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.			
Раздел 3. Рекламный продукт как объект интеллектуальной собственности		11	
Тема 3.1. Рекламный продукт – объект интеллектуальной собственности	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.	4	1-2
	Практическое занятие № 6: Подготовить пакет документов для регистрации товарного знака.	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 не охраняемых 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; – Подготовка и проведение презентации рекламного продукта; – Подготовка документации для регистрации авторского права на рекламный продукт.</p>		73	
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, 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

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.	<ul style="list-style-type: none"> - 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). 	<p>Экспертная оценка деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.	<ul style="list-style-type: none"> - выбор применения методов и способов решения профессиональных задач, оценка их эффективности и качества. 	<ul style="list-style-type: none"> - при проведении: зачета, экзамена по модулю.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<ul style="list-style-type: none"> - 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.	<ul style="list-style-type: none"> - 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.	<ul style="list-style-type: none"> - 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.	<p>Взаимодействие:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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	<ul style="list-style-type: none"> - самоанализ и коррекция результатов собственной 	

<p>членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<p>деятельности при выполнении коллективных заданий (проектов), - ответственность за результат выполнения заданий (проектов).</p>	
<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>- 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>	
<p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>- адаптация к изменяющимся условиям профессиональной деятельности, - проявление профессиональной маневренности при прохождении различных этапов производственной практики.</p>	
<p>ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.</p>	<p>- демонстрация готовности принимать решения в условиях изменяющихся рыночных отношений, усиливающейся конкуренции и нести за них ответственность.</p>	
<p>ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.</p>	<p>- использование приемов межличностного общения в процессе обучения, - умение преодолевать коммуникативные барьеры.</p>	