

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ЗАБАЙКАЛЬСКОГО КРАЯ
ГПОУ «ЧИТИНСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ
РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА
МДК.04.01 МЕНЕДЖМЕНТ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ
РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2022 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее - ФГОС) по специальности (специальностям) среднего профессионального образования (далее СПО) по специальности 42.02.01 Реклама

Разработчики:

Попова И.А., преподаватель ГПОУ «Читинский политехнический колледж»

Рекомендована Методическим советом ГПОУ «Читинский политехнический колледж»

Заключение Методического совета протокол № ____ от «__» _____ 2022 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр. 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	15

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ

1.1 Область применения программы ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Программа профессионального модуля - является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности: Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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.

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.

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании в рамках реализации программ переподготовки кадров в учреждениях СПО.

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.

Рекомендуемое количество часов на освоение программы модуля:

Всего часов: 195, включая:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 195 часов, включая:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 154 часа;
самостоятельной работы обучающегося - 41 час; учебной практики - 72 часа.

1.3. Результаты освоения профессионального модуля ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

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

Код	Наименование результата обучения
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.
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.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

2.1 Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс, учебная нагрузка и практика)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов	
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ПК 4.1-4.3	Раздел 1. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	123	82	40		41				
	Учебная практика, часов	72	72							72
	Всего:	195	154	40		41				72

2.2 Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта		195	
МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности		123	
Тема 1.1 Рекламная компания. Создание рекламного продукта	Содержание	6	
	1. Введение. Менеджмент и менеджер. Классификация менеджмента. Планирование рекламной компании. Классификация рекламных компаний. Планирование рекламных мероприятий	2	2
	2. Цели рекламной компании. Этапы разработки рекламной компании. Представление плана рекламной кампании клиенту	2	2
	3. Этапы создания рекламы. Пути решения рекламной задачи. Особенности создания рекламных продуктов в зависимости от канала распространения рекламы.	1	2
	4. Производство рекламного продукта. Согласование концепции рекламного продукта с заказчиком. Презентация рекламного продукта.	1	2
	Практическое занятие №1	4	
	1. Определение стратегии рекламной компании рабочей группы. 2. Определение этапов и сроков рекламной компании.	2 2	3
Тема 1.2 Создание рекламного продукта	Содержание	4	
	1. Этапы создания рекламы. Пути решения рекламной задачи. Особенности создания рекламных продуктов в зависимости от канала распространения рекламы.	2	2
	2. Производство рекламного продукта. Согласование концепции рекламного	2	2

		продукта с заказчиком. Презентация рекламного продукта.		
		Практическое занятие №2	6	
		1. Разработка товарного знака	3	3
		2. Разработка слогана	3	
Тема Медиапланирование	1.3	Содержание	6	
		1. Основы медиапланирования. Медиапланирование и медиастратегия компании. Медиапланирование: основные термины и показатели	2	3
		2. Выбор видов рекламы и средств её размещения. Разработка и выбор средств распространения рекламы.	2	3
		3. Ценообразование в области размещения рекламной продукции. Разработка плана-графика размещения рекламы. Представление медиаплана заказчику.	2	3
		Практическое занятие №3	8	
		Решение задач по расчету индексов медиапланирования.	4	3
		Решение практических задач, направленных на совершенствование навыков медиапланирования.	2	
		Подготовка медиапланов в рабочих группах.	2	
Тема 1.4 Рекламный бюджет		Содержание	8	
		1. Рекламный бюджет. Общие положения о рекламном бюджете	4	2
		2. Методы формирования рекламного бюджета. Планирование и разработка рекламного бюджета.	4	2
		Практическое занятие №4	8	
		Расчёт затрат на производство рекламы.	4	3
		Определение размера рекламного бюджета по различным методикам.	4	
Тема 1.5 Оценка эффективности рекламы		Содержание	10	
		1. Оценка эффективности рекламы. Проблема оценки эффективности рекламы	4	2
		2. Понятие эффективности рекламы и ее составляющие. Экономическая эффективность и ее критерии.	4	2
		3. Рентабельность рекламы. Оценка эффективности видов и средств (носителей) рекламы.	2	2
		Практическое занятие №5	8	
		Расчёт экономической эффективности рекламы.	4	3
		Оценка эффективности видов и средств (носителей) рекламы.	4	
Тема	1.6	Содержание	8	

Исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации в рекламе	1. Авторское право на рекламу. Объекты авторского права в рекламе. Ответственность за нарушение авторских прав.	2	2
	2. Авторский договор. Фрилансеры. Регистрации авторских прав. Оформление и подготовка документов на регистрацию авторских прав.	2	2
	3. Правила регистрации авторского права. Международная регистрация прав	2	2
	4. Торговый знак в рекламе. Возникновение и осуществление исключительных прав на товарный знак.	2	2
	Практическое занятие №6	6	
	Разбор и анализ ситуаций и примеров из реальной практики.	4	3
	Формирование пакета документов, необходимых для регистрации авторских прав на рекламный продукт	2	
<p>Самостоятельная работа при изучении раздела 1: Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ.</p> <p>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Познакомиться с примерами реализованных рекламных компаний и подготовить сообщение. Сделать подборку материалов по рекламе аналогичного объекта рекламы и подготовить отчет. - Сделать подборку материалов по рекламе аналогичного объекта рекламы и подготовить отчет. - Подобрать медиапланы российских и зарубежных компаний, и дать им оценку с позиции достигнутых медиапараметров. - Обзор расценок на услуги рекламных агентств на территории, выполненное задание представить в виде таблицы. - Проанализировать соотношение ценовых тарифов на российском рекламном рынке с ценами на рекламу в других странах, выполненное задание представить в виде таблицы. - Подобрать материалы по бюджетам российских и зарубежных рекламодателей. Проанализировать их, определить предпочтения в выборе рекламных носителей, а также приоритеты по срокам проведения. - Подобрать рекламные материалы, характеризующие наименее и наиболее эффективные рекламные компании - Составить таблицу «Ответственность за нарушение авторских прав, смежных прав, прав на товарный знак» на основании Гражданского кодекса (часть IV), Кодекса об административных нарушениях и Уголовного кодекса. - Составить алгоритм процедуры регистрации авторского права. - Обзор стоимости услуг по регистрации авторского права. 	41		

<p>Учебная практика виды работ: Анализ потребительских свойств рекламируемого товара. Анализ состояния рынка. Изучить и провести анализ целевой аудитории для вывода на рынок нового товара (по заказу рекламодателя). Разработка стратегии и тактики проведения рекламной компании. Определить цели и концепцию рекламной компании, виды рекламы. Выбор средств рекламы в соответствии с рекламной идеей. Составить план творческих работ. Составить план использования видов, средств, методов, носителей рекламы. Сформировать предварительную смету затрат на изготовление рекламного продукта. Составить план-график проведения рекламной компании. Разработка и изготовление рекламного продукта (макет). Определить эффективность рекламной компании. Рассчитать рекламный бюджет данного проекта. Подготовить документацию для регистрации авторских прав. Сформировать маркетинговый раздел бизнес-плана. Подготовить презентацию проекта и защитить его.</p>	<p>72</p>	
<p>Всего</p>	<p>195</p>	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов:

- экономики и менеджмента

Лаборатории информационных технологий в профессиональной деятельности.

Оборудование учебных кабинетов и рабочих мест кабинетов профессиональных дисциплин:

- посадочные места по количеству обучающихся
- рабочее место преподавателя
- учебно-методические комплексы
- наглядные пособия
- компьютер
- проектор
- сеть Интернет

3.2 Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет – ресурсов, дополнительной литературы.

Основные источники:

1. Щепилова, Г.Г. Основы рекламы: учебник для бакалавров/Г.Г. Щепилова, К.В. Щепилов. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2021. – 473с.
2. Ананьева, Н.В. Рекламная деятельность: учебное пособие / Н.В. Ананьева, Ю.Ю. Сулова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск: СФУ, 2021. – 198 с.
3. Антипов, К.В. Основы рекламы: учебник / К.В. Антипов. – 3-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2020. - 178с.
4. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы: учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. – 14-е изд., перераб. и доп. – Москва: Дашков и К°, 2017. – 538 с.
5. Цветкова, Г.С. Рекламный менеджмент: учебное пособие / Г.С. Цветкова; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Поволжский государственный технологический университет». – Йошкар-Ола: ПГТУ, 2019. – 108 с.
6. Маркетинг рекламы: учебное пособие / Блюм М.А., Герасимов Б.И., Молоткова Н.В., - 2-е изд. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 144 с.
7. Веснин, В.Р. Основы менеджмента [Текст]: учебник / В. Р. Веснин. - М.: Проспект, 2015. - 320 с.
8. Герчикова, И. Н. Менеджмент. Учебник / И. Н. Герчикова. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 511 с.

9. Щепакин М.Б. Рекламная деятельность: экономика и эффективность: учебник /М.Б.Щепакин, Э.Ф. Хандамова. - Ростов н/Д: Феникс, 2017.-252 с.: ил.
10. Микроэкономика. Учебное пособие / И. В. Грузков [и др.]; под общ. ред. О. Н. Кусакиной. - Изд. 3-е, доп. - Ставрополь: СЕКВОЙЯ, 2015. - 130 с.
11. Мумладзе, Р. Г. Основы экономики, менеджмента и маркетинга [Текст]: учебное пособие: [для студентов вузов, обуч. по направлению подготовки "Менеджмент"] / Р. Г. Мумладзе, В. С. Парамонов, Н. И. Литвина. - Москва: РУСАЙНС, 2016. - 352 с.
12. Блюм М.А. Маркетинг рекламы: учебное пособие / М.А. Блюм, Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова. — 2-е изд. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2017.-144с.
13. Селезнева Л.В. Написание рекламных текстов: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л.В. Селезнева. - М.: Юрайт, 2022.-159с.

Дополнительные источники:

- 1.Маркетинг товаров и услуг: учеб. пособие / А.В. Лукина. - 2-е изд., доп. - М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2017. - 239 с.
- 2.Маркетинг / Алексунин В.А., - 6-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 216 с.
- 3.Организация и технология работы с конфиденциальными документами: учеб. пособие / В.П. Зверева, А.В. Назаров. - М.: КУРС: ИНФРА-М, 2018. - 320 с.
4. Тульчинский, Г.Л. Менеджмент в сфере культуры [Текст]: учебное пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова; Нац. исслед. ун-т, Высшая школа экономики. - Изд. 5-е, испр. и доп. - Санкт-Петербург: Лань: Планета музыки, 2013. - 541 с.
5. Сажина, М. А. Экономическая теория. Учебник / М. А. Сажина, Г. Г. Чибриков; Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: ФОРУМ, 2012. - 608 с.
6. Никифоров, А. А. Макроэкономика: научные школы, концепции, экономическая политика. Учебник / под общ. ред. А. В. Сидоровича. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Дело и Сервис, 2010. - 624 с.
7. Микроэкономика: бакалавр. Учебник / под ред. А. Ю. Юданова. - М.: КноРус, 2010.
8. Козырев, В. М. Экономическая теория. Учебное пособие / В. М. Козырев. - Москва: Логос, 2015. - 350 с.
9. Синяева И.М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов. – М.? Юрайт, 2022.-552с.

3.3 Общие требования к организации образовательного процесса

Для формирования профессиональных компетенций применяются методы обучения:

метод организации и осуществления учебно-познавательной деятельности: по источнику передачи и восприятия учебной информации:

словесные лекции с иллюстраций учебного материала слайдами в Microsoft PowerPoint; практические занятия; по характеру управления учебной работы: работа с учебной и нормативной литературой, выполнение индивидуальных письменных заданий;

метод стимулирования и мотивации учебно-познавательной деятельности: стимулирование интереса к учению: учебные дискуссии (обсуждение докладов, подготовленных студентами по предлагаемым темам), создание ситуации успеха (поощрительные баллы); стимулирование долга и ответственности: убеждение, предъявления требований к выполнению упражнений в соответствии с предъявленными требованиями, поощрение и порицание;

метод контроля и самоконтроля в обучении: устный опрос студентов, контрольная работа и тест.

Учебная практика проводится в лаборатории учебного заведения.

3.4 Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю преподаваемого модуля.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю преподаваемого модуля с обязательной стажировкой в профильных организациях не реже одного раза в 3 года.

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

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"> – составляет планы и графики своей деятельности в коллективе исполнителей по разработке и техническому исполнению рекламного продукта; – взаимодействует с субъектами рекламной деятельности; – знает аспекты планирования рекламы. 	Текущий контроль в форме: - экспертной оценки на практическом занятии; - защиты практических работ; - тестирования; - зачетов по разделам; - экспертной оценки результатов самостоятельной подготовки студентов.
ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	<ul style="list-style-type: none"> – проводит процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком; – контролирует соответствие рекламной продукции требованиям рекламодателя. 	
ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	<ul style="list-style-type: none"> – знает порядок регистрации авторских прав; – формирует пакет документов, необходимых для регистрации авторских прав на рекламный продукт. 	

Оценка индивидуальных образовательных достижений по результатам текущего контроля и промежуточной аттестации производится в соответствии с универсальной шкалой (таблица).

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	балл (отметка)	вербальный аналог
90- 100	5	отлично
80-89	4	хорошо
70-79	3	удовлетворительно
Менее 70	2	неудовлетворительно

На этапе итоговой аттестации по медиане качественных оценок индивидуальных образовательных достижений экзаменационной комиссией определяется интегральная оценка освоенных обучающимися

профессиональных и общих компетенций как результатов освоения профессионального модуля.