**Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация**

**«КАЛИНИНГРАДСКИЙ КОЛЛЕДЖ УПРАВЛЕНИЯ»**

|  |  |
| --- | --- |
|   |  Утверждено Учебно–методическим советом Колледжапротокол заседания № 35 от 11.11. 2021 г. |
| **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ****ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ДОЛЖНОСТИ СЛУЖАЩЕГО «АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ»****(ПМ.05)**

|  |  |
| --- | --- |
| По специальности | **42.02.01 Реклама** |
| Квалификация | **Специалист по рекламе** |
| Форма обучения  | **очная** |
|  |  |
| Рабочий учебный план по специальности утвержден директором 01.10.2021 г. |  |

 |

Калининград

**Лист согласования рабочей программы профессионального модуля**

Рабочая программа модуля ПМ.05 «Выполнение работ по должности служащего "Агент рекламный"» разработана в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 г. № 510.

Составитель Шосталь О.В.

Рецензенты:

Представители работодателя:

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании Учебно- методического совета колледжа, протокол № 35 от 11.11.2021 г.

Регистрационный номер \_\_\_\_\_

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Содержание** | Стр. |
| 1. | Паспорт программы профессионального модуля  | 4 |
| 2. | Результаты освоения профессионального модуля  | 6 |
| 3. | Структура и содержание профессионального модуля  | 8 |
| 4. | Условия реализации программы профессионального модуля  | 17 |
| 5. | Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля  | 20 |
| 6.  | Приложение 1. Оценочные средства | 27 |

**1 ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.05 «ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ДОЛЖНОСТИ СЛУЖАЩЕГО "АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ"»**

**1.1 Область применения программы**

Программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовой подготовки) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): выполнение работ по должности служащего «Агент рекламный» и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

* + 1. Перечень профессиональных компетенций

|  |  |
| --- | --- |
| **Код** | **Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций** |
| ПК 1.1. | Осуществлять поиск рекламных идей. |
| ПК 1.2. | Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы. |
| ПК 1.3. | Разрабатывать авторские рекламные проекты. |
| ПК 1.4. | Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений. |
| ПК 1.5. | Создавать визуальные образы с рекламными функциями. |
| ПК 2.1. | Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы. |
| ПК 2.2. | Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии. |
| ПК 2.3. | Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале. |
| ПК 3.1. | Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка. |
| ПК 3.2. | Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта. |
| ПК 4.1. | Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей. |
| ПК 4.2. | Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в частисоответствия ее рекламной идее. |
| ПК 4.3. | Готовить документы для регистрации авторского права на рекламныйпродукт. |

* + 1. В результате освоения профессионального модуля студент должен

|  |  |
| --- | --- |
| Иметь практический опыт | ведения переговоров с заказчиком; использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа; оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком; организации связи со средствами массовой информации;создания и оформления текстов рекламных сообщений; работы в рекламных акциях в качестве исполнителя; использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы;использования информационных технологий для обработки текстовой информации; использования информационных технологий для несложной обработки графической информации. |
| Уметь  | контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры;осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг;выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;проводить основные мероприятия связей с общественностью; применять средства связи;использовать способы оперативной полиграфии; использовать вычислительные средства в рекламной деятельности; контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения;пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений;использовать технологии цифровой фотографии. |
| Знать | основные сведения о рекламе, об организации рекламной деятельности;виды рекламных средств и средств распространения рекламы;социально-психологические основы рекламы; факторы и метолы воздействия рекламы на человека; факторы, влияющие на покупку товаров;организационную структуру рекламных агентств и предприятий; средства оргтехники и требования безопасности труда;требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;субъекты рекламного процесса и их взаимодействие; правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг;ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу;авторское право;основы продаж рекламных услуг, особенности и принципы; алгоритм продаж рекламных услуг и этапы; основы тайм-менеджмента и самоорганизации специалиста в сфере рекламы;маркетинговые коммуникации и их виды;информационные материалы связей с общественностью их виды;содержание рекламной информации; правила составления текстовых рекламных объявлений; применяемые средства рекламы; рекламные мероприятия; понятие о разделении рекламных функций розничной, оптовой торговли, и промышленности; основные виды производства рекламного продукта;средства копирования и оперативного размножения документов; средства связи, вычислительные средства; средства составления оригиналов текстовых документов; основные средства компьютерной обработки информации;основы цифровой фотографии; средства информационно-коммуникационного обеспечения; направления рекламной работы. |

**1.2. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

Объем образовательной нагрузки – 364 часов, в том числе:

всего учебных занятий – 262 часов,

лекции – 90 часов,

практические занятия – 172 часов,

промежуточная аттестация – 4 часа,

консультации – 20 часов,

самостоятельная учебная работа – 78 часов.

Учебная практика – 72 часа.

Производственная практика – 108 ч.

**МДК.05.01 Организация рекламной деятельности**

объем образовательной нагрузки – 200 часов, в том числе:

всего учебных занятий – 146 часов,

лекции – 50 часов,

практические занятия – 96 часов,

промежуточная аттестация – 2 часа,

консультации – 10 часов,

самостоятельная учебная работа – 42 часов.

**МДК.05.02 Организация деятельности по работе с заказчиком**

объем образовательной нагрузки – 164 часов, в том числе:

всего учебных занятий – 116 часов,

лекции – 40 часов,

практические занятия – 76 часов,

промежуточная аттестация – 2 часа,

консультации – 10 часов,

самостоятельная учебная работа – 36 часов.

**УП.05.01 Учебная практика – 72 часа**

**ПП.05.01 Производственная практика – 108 часов**

**2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.05 «ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ДОЛЖНОСТИ СЛУЖАЩЕГО "АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ"»**

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности Выполнение работ по должности служащего «Агент банка», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.

ПК 2.2. Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии.

ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

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, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

**3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.05 «ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ДОЛЖНОСТИ СЛУЖАЩЕГО "АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ"»**

**3.1. Тематический план профессионального модуля**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Коды профессиональных компетенций | Наименования разделов профессионального модуля[\*](%22%20%5Cl%20%22_ftn2%22%20%5Co%20%22) | Всего часов*(макс. учебная нагрузка и практики)* | 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. 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 1.1-1.5ПК 2.1-2.3ПК 3.1-3.2ПК 4.1-4.3 | Раздел 1. МДК.05.01. «Организация рекламной деятельности» | 200 | 146 | 96 | - | 42 | - | - | - |
| ПК 1.1-1.5ПК 2.1-2.3ПК 3.1-3.2ПК 4.1-4.3 | Раздел 2. МДК.05.02 «Организация деятельности по работе с заказчиками» | 164 | 116 | 76 | - | 36 |  |  |  |
| ПК 1.1-1.5ПК 2.1-2.3ПК 3.1-3.2ПК 4.1-4.3 | Учебная практика | 72 | 72 |  |  |  |  | 72 | - |
| ПК 1.1-1.5ПК 2.1-2.3ПК 3.1-3.2ПК 4.1-4.3 | Производственная практика | 108 | 108 |  |  |  |  |  | 108 |
|   | Всего: |  |  | 172 | - | 86 | - | 72 | 108 |

**3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ.05)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем** | **Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся** | **Объем часов** | **Уровень освоения** |
| **МДК.05.01. «Организация рекламной деятельности»** |  |  |
| **Тема 1****Общие сведения о****рекламе.** | **Содержание** | 10 | 2 |
| Понятие рекламы. История развития рекламы. Реклама в России. Реклама в области экономических отношений. Взаимоотношения рекламы и общества |  |  |
| **Практические занятия** | 16 | 2 |
| Реклама: понятие, суть, определение, задачи.Характеристика и классификация рекламы. |  |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**История появления рекламы.Подготовить сообщение. | 8 |  |
| **Тема 2.****Каналы****распространения****рекламы, виды****рекламных средств** | **Содержание** | 10 | 2 |
| Виды каналов распространения рекламы. Основные каналы распространения рекламы. Немедийные средства рекламы. Нетрадиционные каналы распространения рекламы. Мероприятия по стимулированию сбыта как метод комплексного использования каналов распространения рекламы. |  |  |
| **Практические занятия** | 20 | 2 |
| Каналы распространения рекламы.Основные виды рекламных средств. |  |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**Исследовать рынок СМИ города Калининграда.Подготовить сообщение. | 8 |  |
| **Тема 3.****Социально-****психологические****основы рекламы.** | **Содержание**  | 10 | 2 |
| Восприятие рекламы потребителем. Пути воздействия рекламы на потребителя. Борьба за внимание потребителя. Повышения уровня припоминания сути рекламного обращения. Окружающая среда и потребитель. Отношение потребителя к рекламе. |  |  |
| **Практические занятия** | 20 | 2 |
| Социально-психологические основы рекламы.Факторы и методы воздействия рекламы на человека.Факторы, влияющие на покупку товаров. |  |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**Изучение потребительских мотивов, с целью разработки эффективной рекламной программы (разработка рекламного сообщения на примере школы иностранных языков)Презентация: разработка рекламного макета. | 8 |  |
| **Тема 4.****Рекламное агентство,****как главное****действующее лицо****рекламной индустрии.** | **Содержание**  | 10 | 2 |
| Основные задачи рекламного агентства. Классификация рекламных агентств. Структура рекламного агентства. |  |  |
| **Практические занятия** | 20 | 2 |
| 1. Рекламное агентство, как главное действующее лицо рекламной индустрии.2. Организационная структура рекламного агентства.3. Правовое обеспечении профессиональной деятельности идолжностные инструкции рекламного агента. |  |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся** Разработать организационную структуру рекламного агентства.Подготовить сообщение. | 8 |  |
| **Тема 5****Государственное****регулирование****рекламной****деятельности.** | **Содержание** | 10 | 2 |
| Общий подход к пониманию регламентирования рекламной деятельности. Государственное регулирование рекламной деятельности. Саморегулирование рекламной деятельности. Рекламное законодательство в России. Исследовательские организации, связанные с рекламной деятельностью |  |  |
| **Практические занятия** | 20 | 2 |
| 1. Законодательная база рекламной деятельности: регулирование иконтроль.2. Правовое регулирование отдельных видов рекламы:политической, социальной, наружной рекламы, отдельных товаров и услуг.3. Правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг: ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу. | 10 |  |
| **Самостоятельная работа**Изучить Федеральный закон «О рекламе» № 38-ФЗРеферат |  |  |
| **Итого, часов:****Всего учебных занятий****в том числе практические занятия****Самостоятельная работа обучающегося****Консультации****Промежуточная аттестация** | **146****96****42****10****2** |  |
| **МДК 05.02 Организация деятельности по работе с заказчиком** |
| **Тема 1****Сфера деятельности агента рекламного** | **Содержание** | 4 |  |
| Значение профессии Агент рекламныйВиды деятельности по профессии Агент рекламный Требования к квалификации Агента рекламногоСущность и задачи рекламы в деятельности рекламного агентаРекламный процесс и его участникиПрименение информационных технологий в рекламной деятельности |  |  |
| **Практические занятия** | 6 |  |
| Составление профессионального портрета Агента рекламного. |  |  |
| Анализ рекламодателей в СМИ. |  |  |
| **Самостоятельная работа**1.Написание эссе на тему: «Самое важное качество агента рекламного».2.Исследование групп рекламодателей в СМИ.3.Исследование участников рекламного процесса. | 4 |  |
| **Тема 2****Предоставление рекламных услуг** | **Содержание** | 4 |  |
| Виды рекламных услугРазличные типы рекламных агентств, их преимущества и недостатки.Основные функциональные подразделения рекламного агентства.Сведения рекламодателя, необходимые рекламному агентствуБрифы и технические задания на предоставление услуг |  |  |
| **Практические занятия** | 10 |  |
| Анализ рекламных агентств города Калининграда. |  |  |
| Предоставление рекламных услуг в зависимости от типа рекламного агентства. |  |  |
| **Самостоятельная работа**1. Исследование рекламных агентств города Калининграда.2. Написание эссе на тему: «Агентство будущего».3. Составление технического задания на предоставление услуги.4.Заполнение брифа на предоставление услуги. | 4 |  |
| **Тема 3****Деятельность по поиску и привлечению клиентов** | **Содержание** | 4 |  |
| Организация деятельности по поиску клиентов.Схемы привлечения клиентов.Эффективные способы привлечения клиентов. |  |  |
| **Практические занятия** | 10 |  |
| Организация деятельности по поиску и привлечению клиентов. |  |  |
| Составление и заполнение клиентского брифа. |  |  |
| **Самостоятельная работа**1. Исследование способов привлечения клиентов во время кризиса.2. Исследование и составление клиентских брифов.3. Подбор примеров рекламодателей для конкретного рекламного агентства. | 4 |  |
| **Тема 4** **Рекламная деятельность BTL – агентств** | **Содержание** | 4 |  |
| Структура BTL – агентств, их услуги.Классификация POS – материалов.Стимулирование покупателей. |  |  |
| **Практические занятия** | 10 |  |
| Разработка структуры BTL – агентства, его логотипа, печатной продукции: визитка, открытка. |  |  |
| Создание номенклатуры POS-материалов для промо-акций. |  |  |
| Определение стратегии позиционирования товара или услуги. |  |  |
| **Самостоятельная работа**1. Вопросы организации творческой деятельности в рекламном агентстве.2. Выстраивание внутрикорпоративной культуры BTL – агентств.3. Способы создания логотипа.4. Доработка рекламных продуктов BTL – агентств. | 4 |  |
| **Тема 5****Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком** | **Содержание** | 6 |  |
| Понятие и сущность правового регулирования рекламной деятельности.Содержание договора. Порядок заключения договоров.Требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом. |  |  |
| **Практические занятия** | 10 |  |
| Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком. |  |  |
| Анализ соответствия рекламных продуктов требованиям закона. |  |  |
| **Самостоятельная работа**1.Составление портфолио: «Рекламные продукты и закон».2. Составить глоссарий-словарик агента рекламного. | 4 |  |
| **Тема 6****Переговоры с заказчиком** | **Содержание** | 6 |  |
| Коммуникативные средства переговоров.Инструменты прямого контакта.Реализация контакта через необъявленный визит.Реализация контакта через телефонный звонок.Реализация контакта через письмо (факс).Реализация контакта через согласованную встречу. |  |  |
| **Практические занятия** | 10 |  |
| Подбор коммуникативных средств ведения переговоров. |  |  |
| Использование инструментов прямого контакта при ведении переговоров. |  |  |
| Реализация контакта. |  |  |
| **Самостоятельная работа**1. Исследование современных коммуникативных средств.2. Написать текст с целью реализации контакта через телефонный звонок.3. Написать письмо рекламодателю с целью реализации контакта.4. Составить план необъявленного визита.5. Подобрать видеоматериал с вариантами переговоров с заказчиком.6. Описать типичные ошибки при переговорах с заказчиком, а также варианты их устранения. | 8 |  |
| **Тема 7** **Организация размещения рекламы** | **Содержание** | 6 |  |
| Организация рекламных мероприятий.СМИ как основной канал распространения рекламы.Размещение рекламного заказа. Выбор видов рекламы и средств её размещения.Характеристика стоимости размещения рекламы по медиаканалам. |  |  |
| **Практические занятия** | 10 |  |
| Организация рекламных мероприятий. Взаимодействие со СМИ. |  |  |
| **Самостоятельная работа**1. Составить медиакарту печатных СМИ г. Калининграда.2. Составить медиакарту электронных СМИ г. Калининграда.3. Найти позитивные и негативные характеристики размещения рекламы в печатных и электронных СМИ. | 4 |  |
| **Тема 8****Офисная оргтехника, информационные и коммуникативные технологии при получении и оформлении заказа** | **Содержание** | 6 |  |
| Оснащение рабочего места рекламного агента.Принтеры. Плоттеры.Проекционная техника. Аудиосистема.Графический планшет.Сканер.Дополнительные периферийные устройства. Web-камеры.Локальная сеть.Технологии поиска информации в сети Интернет. |  |  |
| **Практические занятия** | 10 |  |
| Использование оргтехники в профессиональной деятельности. |  |  |
| Получение и оформление заказа с использованием офисной оргтехники. |  |  |
| **Самостоятельная работа**Будущее офисной оргтехники и технологий в рекламе.Проект «Рабочее место Агента рекламного». | 4 |  |
| **Итого, часов:****Всего учебных занятий****в том числе практические занятия****Самостоятельная работа обучающегося****Консультации****Промежуточная аттестация** | **116****76****36****10****2** |  |
| **Учебная практика****Виды работ:**1. Провести формализованное наблюдение за поиском клиентов, описать технологию и особенности поиска клиентов в организации. Заполнить клиентскую базу;
2. Вести наблюдение за процессом консультирования клиентов по ассортименту выпускаемой продукции и оказываемых услуг, основным их характеристикам. Описать ассортимент и характеристики выпускаемой продукции и/или оказываемых услуг, их преимущества. Описать процесс консультирования, его особенности;
3. Заполнить данные в договорах на изготовление/размещение рекламы по действующим условиям и прейскурантам. Представить в приложении к отчету;
4. Составить план и отчетность по продажам.
 | **72** |  |
| **Производственная практика****Виды работ:**1. Составить план персональных продаж. План представить в отчете.
2. Создать клиентскую базу (не менее 50 контрагентов). Базу представить в отчете;
3. Вести консультации, в т.ч. по телефону для постоянных и новых клиентов по ассортименту выпускаемой продукции и оказываемых услуг, основным их характеристикам. Особенности проведения консультаций и их результативность отразить в отчете;
4. Участвовать в проведении презентаций и переговоров. Особенности проведения и результативность отразить в отчете;
5. Заключить договоры на изготовление/размещение рекламы по действующим на месте практики условиям и прейскурантам, копии заполненных договоров представить в приложении к отчету;
6. Составить отчет по продажам. Проанализировать показатели эффективности продаж. Отчет представить в отчете по практике.
 | **108** |  |
| **Всего** | **364** |  |

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 ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.05 «ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ДОЛЖНОСТИ СЛУЖАЩЕГО "АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ"»**

**4.1 Перечень образовательных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по модулю, включая перечень лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

**4.1.1 Образовательные технологии**

При реализации различных видов учебной работы по модулю используются следующие образовательные технологии:

1. Технологии проблемного обучения: проблемная лекция, практическое занятие в форме практикума.
2. Интерактивные технологии: Лекция «обратной связи» (лекция – дискуссия)
3. Информационно-коммуникационные образовательные технологии: Лекция-визуализация
4. Инновационные методы, которые предполагают применение информационных образовательных технологий, а также учебно-методических материалов, соответствующих современному мировому уровню, в процессе преподавания дисциплины:
* использование медиаресурсов, энциклопедий, электронных библиотек и Интернет;
* решение юридических, экономических (других) задач с применением справочных систем «Гарант», «Консультант +»;
* консультирование студентов с использованием электронной почты;
* использование программно-педагогических тестовых заданий для проверки знаний обучающихся.

**4.1.2 Лицензионное программное обеспечение:**

В образовательном процессе при изучении модуля используется следующее лицензионное программное обеспечение:

1. ОС Windows 7 (лицензии Microsoft Open License (Value) Academic)
2. MS Project 2013 Pro (лицензии Microsoft Open License (Value) Academic)
3. MS VISIO 2013 Pro (лицензии Microsoft Open License (Value) Academic)
4. MS Office 2013 (лицензия Microsoft Open License (Academic))
5. Kaspersky Endpoint Security 10 (лицензия 1C1C 200323-080435-420-499 до 04.04.2021))
6. СПС КонсультантПлюс (договор № ИП 20-92 от 01.03.2020)
7. Контент-фильтрация (договор с ООО «СкайДНС» Ю-04056 от 15 января 2021 года).
8. Система тестирования INDIGO (лицензия №54736);.

**4.1.3. Современные профессиональные базы данных**

В образовательном процессе при изучении модуля используются следующие современные профессиональные базы данных:

1. «Университетская Библиотека Онлайн» - https://biblioclub.ru/.
2. Научная электронная библиотека [eLIBRARY.RU](https://lib.tusur.ru/ru/resursy/bazy-dannyh/elibrary-ru) – <http://www.elibrary.ru/>

**4.1.4 Информационные справочные системы:**

Изучение модуля сопровождается применением информационных справочных систем:

1. Справочная информационно-правовая система «Гарант» (договор № 118/12/11).

2. Справочная информационно-правовая система «КонсультантПлюс» (договор № ИП20-92 от 01.03.2020).

**4.2** [**Основная и дополнительная учебная литература и электронные образовательные ресурсы, необходимые для освоения дисциплины**](file:///C%3A%5CUsers%5C%D0%95%D0%BC%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D1%8F%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0.UPRAVLENIEKIU%5CDesktop%5CLocal%20Settings%5CTemp%5C%D0%A0%D0%90%D0%91%D0%9E%D0%A7%D0%90%D0%AF%20%D0%9F%D0%A0%D0%9E%D0%93%D0%A0%D0%90%D0%9C%D0%9C%D0%90%2010%20%D1%8F%D0%BD%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8F%5C%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20%D0%BF%D0%BE%20%D0%A0%D0%9F%20%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D0%BE%D0%B5.docx#bookmark16)

**Основная учебная литература**

1. Алексунин, В. А. Маркетинг: учебник / В. А. Алексунин. – 6-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2019. – 200 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573217>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03163-2. – Текст: электронный
2. Баландина, О. В. Основы менеджмента: учебное пособие для студентов среднего профессионального образования: [12+] / О. В. Баландина, Н. В. Локтюхина, С. А. Шапиро. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. – 253 с.: табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574371>. – Библиогр.: с. 247-250. – ISBN 978-5-4499-0613-7. – DOI 10.23681/574371. – Текст: электронный.
3. Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие: [16+] / Л. А. Дробышева. – 5-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 152 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573389>. – ISBN 978-5-394-02732-1. – Текст: электронный.
4. Солдаткина, О. В. Экономика и управление малым бизнесом: учебное пособие: [12+] / О. В. Солдаткина. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2021. – 328 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602382>. – Библиогр.: с. 306-309. – ISBN 978-5-4499-1907-6. – Текст: электронный.

**Дополнительная учебная литература**

1. Алексеев, С. В. Правовое регулирование предпринимательской деятельности: учебное пособие / С. В. Алексеев. – Москва: Юнити, 2015. – 502 с. – (Dura lex, sed lex). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114493>. – Библиогр. в кн. – ISBN 5-238-00634-9. – Текст: электронный
2. Антипов, К. В. Основы рекламы: учебник / К. В. Антипов. – 4-е изд., стер. – Москва Дашков и К°, 2020. – 326 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573332>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03458-9. – Текст: электронный.
3. Григорянц, С. А. Правовые аспекты маркетинговой деятельности: учебное пособие: [16+] / С. А. Григорянц, А. Н. Кураков, Н. В. Федоренко; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018. – 246 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567206. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7972-2516-4. – Текст: электронный
4. Джоббер, Д. Продажи и управление продажами=SELLING & SALES MANAGEMENT: учебное пособие / Д. Джоббер, Д. Ланкастер; пер. В. Н. Егоров. – Москва: Юнити, 2015. – 622 с.: табл., граф., схемы – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114548>. – ISBN 5-238-00465-6. – Текст: электронный.
5. Памбухчиянц, О. В. Организация коммерческой деятельности: учебник для образовательных учреждений CПО: [12+] / О. В. Памбухчиянц. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 272 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495810>. – ISBN 978-5-394-02186-2. – Текст: электронный
6. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 15-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2019. – 538 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573142>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03441-1. – Текст: электронный.
7. Якушкин, Е. А. Основы экономики: учебное пособие / Е. А. Якушкин, Т. В. Якушкина; под ред. Е. А. Якушкина. – 3-е изд., испр. и доп. – Минск: РИПО, 2020. – 249 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600132>. – Библиогр.: с. 238-239. – ISBN 978-985-503-924-3. – Текс: электронный.

**Нормативно – правовые документы**

1. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушения от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 01.07.2021, с изм. от 09.11.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2021).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 28.06.2021, с изм. от 26.10.2021).
3. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38\_ФЗ (ред. от 02.07.2021).
4. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «О защите конкуренции».
5. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 11.06.2021) «О защите прав потребителей».
6. Правила установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории городского округа «Город Калининград» (утв. Решением городского Совета депутатов Калининграда от 22 октября 2014 г. N 319).

**4.3 Дополнительные ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. <https://www.shopolog.ru/>
2. <https://biz.mann-ivanov-ferber.ru/>
3. <https://www.sostav.ru/>
4. <http://azconsult.ru/blog/>
5. <http://blog.getgoodrank.ru/>
6. <https://www.kasper.by>
7. <https://www.behance.net/>
8. <https://www.awwwards.com/>
9. <https://www.designspiration.com/>
10. <https://synapticstimuli.com/>
11. <http://www.designmadeingermany.de/sites-we-like/>
12. <https://www.logodesignlove.com/>
13. <https://fonts.ilovetypography.com/>
14. <https://www.paratype.ru/>
15. <https://www.materialpalette.com/>

**4.4 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению, необходимого для осуществления образовательного процесса по модулю**

Для изучения профессионального модуля используется Кабинет экономики и менеджмента. Основное оборудование:

Компьютер- 11 шт.;

Экран- 1 шт.;

Проектор- 1шт.;

Доска маркерная – 1 шт.;

Стол 2-х местный – 10 шт.;

Стол преподавателя- 1 шт.;

Стул - 30 шт.;

Стенд пробковый – 1 шт.;

Стенд тематический – 3 шт.;

Шкаф канцелярский – 1 шт.;

Подставка под компьютер- 11шт.;

Тумбочка для папок -1 шт.

Аудитория оснащена современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов.

Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из:

мультимедийного проектора,

проекционного экрана,

акустической системы,

персонального компьютера (с техническими характеристиками не ниже: процессор не ниже 1.6.GHz, оперативная память – 1 Gb, интерфейсы подключения: USB, audio, VGA.

 Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть «Интернет».

Компьютерное оборудованием имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей учебной программе дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе «Университетская библиотека ONLINE», доступ к которой предоставлен обучающимся. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» реализует легальное хранение, распространение и защиту цифрового контента учебно-методической литературы для вузов с условием обязательного соблюдения авторских и смежных прав. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям ФГОС СПО.

**5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля ПМ.05 «ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ДОЛЖНОСТИ СЛУЖАЩЕГО "АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ"»**

**5.1 Оценочные средства и методические материалы по итогам освоения дисциплины**

Типовые задания, база тестов и иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения модуля (в т.ч. в процессе ее освоения), а также методические материалы, определяющие процедуры этой оценки приводятся в приложении 1 к рабочей программе модуля.

Универсальная система оценивания результатов обучения выполняется в соответствии с Положением о формах, периодичности и порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в АНПОО «ККУ», утвержденным приказом директора от 03.02.2020 г. № 31 о/д и включает в себя системы оценок:

1) «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»;

2) «зачтено», «не зачтено».

**5.2 Критерии и методы оценки результатов освоения профессионального модуля**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки | Методы оценки |
| ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей. | Имеет представление о важнейшем компоненте рекламной деятельностиСоздании рекламного продукта;Знает виды рекламного продукта;Знает психологиювосприятия рекламного продукта;Понимает сущность рекламной концепции и рекламной идеи;Использует методы активации поиска идей; | Интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (при выполнении дизайн- проектов) |
| ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительныхсредств рекламы. | Имеет представление о видах художественной графики; Знает приемы и средства композиционной организации; Знает приемы и способы создания рекламного образа; Знает изобразительные средства рекламы; Выполняет эскизы «от руки» и с помощью компьютерных графических программ; Использует выразительные возможности шрифтового изображения; Использует различные художественные средства при разработке рекламного продукта;  | Экспертная оценка выполнения эскизов  |
| ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты  | Знает основные этапы выполнения рекламного проекта; Проводит предпроектное исследование; Разрабатывает дизайн-концепцию; Разрабатывает композиционно- пластические решения; Обосновывает идею проекта;  | Экспертная оценка выполнения авторских рекламных проектов, портфолио  |
| ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.  | Имеет представление профессиональном языке; Знает структуру рекламного текста; Знает принципы создания рекламного текста; Оставляет и оформляет тексты рекламных объявлений;  | Экспертная оценка составления оформления рекламных текстов при разработке дизайн-проектов |
| ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.  | Знает приемы и способы создания рекламного образа; Использует различные способы при создании визуальных рекламных образов.  | Экспертная оценка со-здания визуальных образов при разработке дизайн-проектов  |
| ПК 2.1 Выбирает и использует инструмент, оборудование и основные изобразительные средства и материалы при исполнении рекламного продукта. | Подбирает оборудование, инструменты и материалы для изготовления рекламного продукта;Анализирует и корректирует выбранные средства;Использует профессиональную фотокамеру, профессиональную видеокамеру, USB-порт для захвата видеоматериала, аксессуары, электронное перо в рисовании графических объектов;Выбирает и использует студийное фотооборудование и оптимальный фон под студийную фотосъемку;Выбирает и использует студийное видеооборудование и оптимальный фон под студийную видеосъемку;Ухаживает и хранит профессиональное фотооборудование, профессиональную видеокамеру; | Интерпретация результатов наблюдения за обучающимися в ходе выполнения практических работ;Экспертная оценка составленных рекомендаций по уходу за оборудованием |
| ПК 2.2 Создает модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии. | Разрабатывает сценарии для съемок и монтажа рекламы:Разрабатывает сценарную заявку рекламного ролика;Разрабатывает сценарий рекламного ролика;Разрабатывает сценарий видеосъемки рекламного ролика;Разрабатывает сценарий монтажного плана.Разрабатывает макеты рекламной печатной продукции;Разрабатывает макеты мультимедийной рекламы. | Экспертная оценка разработанного авторского сценария.Интерпретация результатов наблюдения за обучающимися в ходе выполнения практических работ;Экспертная оценка разработанного авторского рекламного проекта. |
| ПК 2.3 Исполняет оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.  | Подготавливает рекламный продукцию или ее отдельные элементы к производству:Печатает обложки для боксов дисков, кассет, концертные афиши, рекламные плакаты, рекламные двусторонние листовки, авторские рекламные открытки;Изготавливает в электронном варианте рекламные баннеры;Собирает упаковку;Оформляет рекламную продукцию. | Экспертная оценка выполнения практических работ.Экспертная оценка разработанного авторского рекламного проекта.Экспертная оценка созданного портфолио |
| ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка. | Правильность расчета и точность построения эскизов рекламных изделий;Правильность выбора материала и соответствие художественного образа пожеланиям заказчика. | Оценка выполнения практических занятий;Зачеты по производственной практике |
| ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта. | Правильность разработки рекламных идей;Выполнение требований по проведению подготовки оборудования к работе;Демонстрация навыков по нахождению правильных художественных средств выражения рекламной идеи. | Оценка выполнения практических занятий;Защита творческих работ;Зачеты по производственной практике; |
| ПК.4.1. Планирует собственную работу всоставе коллектива исполнителей | Составляет планы и графики своей деятельности в коллективе исполнителей по разработке и техническому исполнению рекламного продуктаВзаимодействует с субъектами рекламной деятельностиЗнает аспекты планирования рекламы. | Экспертная оценка защиты группового проекта |
| ПК.4.2. Осуществляет самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее  | Проводит процедуры согласования макетоврекламного продукта с заказчикомПроводить презентацию рекламного продуктаКонтролирует соответствие рекламной продукции требованиям рекламодателя | Экспертная оценка защиты группового проекта |
| ПК.4.3. Готовит документы для регистрации авторского права на рекламный продукт | Знает порядок регистрации авторских правФормирует пакет документов, необходимых для регистрации авторских прав на рекламный продукт | Интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (участие в работе в группах) |

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.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код и наименование общих компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки | Методы оценки |
| ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. | Активность, инициативность в процессе освоения программы модуля Эффективность и качество выполненной самостоятельной работы. Участие в конкурсах профессионального мастерства, выставках-ярмарках, мастер-классах и т.п. Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий по профессии  | Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике. Практические работы. Творческие работы. Анализ библиотечного формуляра обучающегося, оценка результатов самостоятельной работы  |
| ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. | Результативность организации собственной деятельности для выполненияпрофессиональных задачПрактические работы.Адекватный выбор методов и способов решения профессиональных задач;Точность подбора критериев и показателей оценки эффективности и качества выполнения профессиональных задач | Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике. |
| ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. | Обоснованность принятия решения в стандартных и нестандартных ситуациях; | Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике. Практические работы. |
| ОК 4. Осуществлять поиск ииспользование информации,необходимой для эффективноговыполнения профессиональныхзадач, профессионального и личностного развития. | Нахождение и использование информации для эффективного выполненияпрофессиональных задач, профессионального и личностного развития;Адекватность использования нескольких источников информации для решения профессиональных задач, включая электронные; | Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.Практические работы.Творческие работы. Самостоятельная работа. |
| ОК 5. Использовать информационно- коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. | Своевременность решения профессиональных задач на основе самостоятельно найден-ной информации с использованием ИКТ;Результативность использования различных информационных источников с использованием ИКТ;Качество оформления результатов работы с использованием ИКТ; | Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике. Практические работы. |
| ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. | Ясность и аргументированность изложения собственного мненияПравильность выбора стратегии поведения при организации работы в командеРезультативность взаимодействия с коллегами, руководством, потребителями | Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике. Практические работы. |
| ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. | Адекватность оценки и анализа эффективности и качества результатов работы членов команды (подчиненных) | Собеседование.Отчет по учебной и производственной практике. Практические работы. |
| ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. | Результативность внеаудиторнойсамостоятельной работы при изучении профессионального модуля;Верность выбора способов коррекции результатов собственной деятельности; | Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике. Практические работы. |
| ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. | Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий в области профессиональной деятельности; | Анализ библиотечного формуляра обучающегося.Собеседование.Отчет по учебной ипроизводственной практике.Практические работы. |
| ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности. | Точность определения порядка организации предпринимательской деятельности в профессиональной областиТочность определения видов ответственности в сфере профессиональной деятельности в соответствии с законодательством РФ. | Анкетирование. Собеседование. Практические работы. |
| ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке | Технология электронных образовательныхресурсов (работа с информационными источниками в сети Интернет) | Практические работы. |