**Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация**

**«КАЛИНИНГРАДСКИЙ КОЛЛЕДЖ УПРАВЛЕНИЯ»**

|  |  |
| --- | --- |
|  | Утверждено  Учебно–методическим советом Колледжа  протокол заседания  № 35 от 11.11. 2021 г. |
| **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**  **ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**  **(ПМ.04)**   |  |  | | --- | --- | | 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.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта» 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 | 5 |
| 3. | Структура и содержание профессионального модуля | 7 |
| 4. | Условия реализации программы профессионального модуля | 14 |
| 5. | Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля | 17 |
| 6. | Приложение 1. Оценочные средства | 21 |

**1 ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.04 «ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»**

**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): организация и управление процессом изготовления рекламного продукта и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

* + 1. Перечень профессиональных компетенций

|  |  |
| --- | --- |
| **Код** | **Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций** |
| 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. |

* + 1. В результате освоения профессионального модуля студент 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 законы и нормативные акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;  аспекты планирования рекламы;  этапы принятия и реализации управленческих решений;  классификацию целей менеджмента. |

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

Объем образовательной нагрузки – 210 часов, в том числе:

всего учебных занятий – 102 часов,

лекции – 40 часов,

практические занятия – 62 часов,

промежуточная аттестация – 2 часа,

консультации – 10 часов,

курсовая работа – 10 часов,

самостоятельная учебная работа – 86 часов.

Учебная практика – 72 часа.

**МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности**

объем образовательной нагрузки – 210 часов, в том числе:

всего учебных занятий – 102 часов,

лекции – 40 часов,

практические занятия – 62 часов,

промежуточная аттестация – 2 часа,

консультации – 10 часов,

курсовая работа – 10 часов,

самостоятельная учебная работа – 86 часов.

**УП.04.01 Учебная практика – 72 часа**

**2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.04 «ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»**

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности Разработка и создание дизайна рекламной продукции, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

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.04 «ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»**

**3.1. Тематический план профессионального модуля**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Коды профессиональных компетенций | Наименования разделов профессионального модуля[\*](" \l "_ftn2" \o ") | 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 4.1 – 4.3 | Раздел 1. МДК.04.01. «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности» | 210 | 102 | 62 | 10 | 86 | - | - | - |
| ПК 4.1 – 4.3 | Учебная практика | 72 | 72 |  |  |  |  | 72 | - |
|  | Всего: | 282 | 184 | 62 | 10 | 86 | - | 72 | - |

**3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ.04)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем** | **Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся** | **Объем часов** | **Уровень освоения** |
| **МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности** | |  |  |
| **Тема 1.**  **Рекламная компания.** | **Содержание** | 8 | 2 |
| **Введение.**  **Планирование рекламной компании**  Классификация рекламных компаний. Планирование рекламных мероприятий. Цели рекламной компании. Этапы разработки рекламной компании. Представление плана рекламной кампании клиенту.  **Создание рекламного продукта**  Этапы создания рекламы. Пути решения рекламной задачи. Особенности создания рекламных продуктов в зависимости от канала распространения рекламы. Производство рекламного продукта. Согласование концепции рекламного продукта с заказчиком. Презентация рекламного продукта. |  |  |
| **Практические занятия** | 12 | 2 |
| Выбор каждой рабочей группе объекта рекламирования  Определение стратегии рекламной компании рабочей группы  Определение стратегии рекламной компании рабочей группы  Определение этапов и сроков рекламной компании  Разработка товарного знака  Разработка слогана |  |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Выполнить маркировку лекционного материала  Составить глоссарий по теме  Познакомиться с примерами реализованных рекламных компаний и подготовить сообщение  Сделать подборку материалов по рекламе аналогичного объекта рекламы и подготовить отчёт | 14 |  |
| **Тема 2.**  **Медиапланирование.** | **Содержание** | 8 | 2 |
| **Основы медиапланирования**  Медиапланирование и медиастратегия компании. Медиапланирование: основные термины и показатели.  **Выбор видов рекламы и средств её размещения.**  Разработка и выбор средств распространения рекламы. Ценообразование в области размещения рекламной продукции. Разработка плана-графика размещения рекламы. Представление медиаплана заказчику. |  |  |
| **Практические занятия** | 14 | 2 |
| Решение задач по расчету индексов медиапланирования  Решение практических задач, направленных на совершенствование навыков медиапланирования.  Подготовка медиапланов в рабочих группах. |  |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Выполнить маркировку лекционного материала  Составить глоссарий по теме  Подобрать медиапланы российских и зарубежных компаний, и дать им оценку с позиции достигнутых медиапараметров  Обзор расценок на услуги рекламных агентств на территории Калининградской области, 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 | 18 |  |
| **Тема 3.**  **Рекламный бюджет.** | **Содержание** | 8 | 2 |
| **Рекламный бюджет**  Общие положения о рекламном бюджете. Методы формирования рекламного бюджета. Планирование и разработка рекламного бюджета. |  |  |
| **Практические занятия** | 14 | 2 |
| Расчёт затрат на производство рекламы.  Определение размера рекламного бюджета по различным методикам. |  |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Выполнить маркировку лекционного материала  Составить глоссарий по теме  Подобрать материалы по бюджетам российских и зарубежных рекламодателей.  Проанализировать их, определить предпочтения в выборе рекламных носителей, а также приоритеты по срокам проведения рекламных компаний | 18 |  |
| **Тема 4.**  **Оценка**  **эффективности**  **рекламы.** | **Содержание** | 8 | 2 |
| Проблема оценки эффективности рекламы. Понятие эффективности рекламы и ее составляющие. Экономическая эффективность и ее критерии. Рентабельность рекламы. Оценка эффективности видов и средств (носителей) рекламы. |  |  |
| **Практические занятия** | 14 | 2 |
| 1. Расчёт экономической эффективности рекламы.  2. Оценка эффективности видов и средств (носителей) рекламы.  3. Оптимизация рекламного бюджета. |  |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Выполнить маркировку лекционного материала  Составить глоссарий по теме  Подобрать рекламные материалы, характеризующие наименее и наиболее эффективные рекламные компании | 18 |  |
| **Тема 5**  **Исключительные**  **права на результаты**  **интеллектуальной**  **деятельности и**  **средств**  **индивидуализации в**  **рекламе.** | **Содержание** | 8 | 2 |
| **Авторское право на рекламу.**  Объекты авторского права в рекламе. Авторы. Ответственность за нарушение авторских прав. Авторский договор. Фрилансеры.  **Регистрации авторских прав.**  Оформление и подготовка документов на регистрацию авторских прав. Правила регистрации авторского права. Международная регистрация прав Copyright.  **Торговый знак в рекламе.**  Возникновение и осуществление исключительных прав на товарный знак. |  |  |
| **Практические занятия** | 14 | 2 |
| Case studies: Разбор и анализ ситуаций и примеров из реальной практики  Формирование пакета документов, необходимых для регистрации авторских прав на рекламный продукт  Формирование пакета документов, необходимых для регистрации товарного знака |  |  |
| **Самостоятельная работа**  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 глоссарий по теме  Составить алгоритм процедуры регистрации авторского права  Обзор стоимости услуг по регистрации авторского права | 18 |  |
| **Темы курсовой работы**   1. Карьера российского менеджера: проблемы и перспективы. 2. Влияние информационных технологий на развитие современного менеджмента. 3. Современное состояние и перспективы развития менеджмента. 4. Командный фактор в современном менеджменте. 5. Инновационность как фактор конкурентоспособности современного бизнеса. 6. Инновационность и креативность в рекламном бизнесе. 7. Сравнительный анализ американского и японского менеджмента. 8. Особенности развития теории и практики менеджмента в России. 9. Особенности теории и практики российского рекламного менеджмента. 10. Стратегическое управление современной организацией. 11. Планирование и реализация стратегий в менеджменте. 12. Развитие организационных структур управления в современных условиях. 13. Коммуникации в управлении: значение, виды, управление коммуникациями. 14. Управленческие решения в современном менеджменте. 15. Власть и лидерство в современном менеджменте. 16. Управление организационной культурой рекламного агентства. 17. Конфликты в системе управления. 18. Проявление теорий лидерства в рекламном бизнесе. 19. Мотивационные основы управления организацией. 20. Менеджмент и менеджер в первой половине XXI в. 21. Проблема культуры личности в современном менеджменте. 22. Значение управления человеческими ресурсами в современном менеджменте. 23. Оценка эффективности менеджмента. 24. Корпоративная культура: сущность и значение. 25. Проблема этики рекламного менеджмента в рекламном бизнесе. 26. Специфические особенности рекламного менеджмента. 27. Современные тенденции в управлении персоналом. 28. Управление рекламным агентством. 29. Административный и креативный менеджмент в рекламном бизнесе. 30. Сущность, функции и задачи инновационного менеджмента. 31. Конкурентоспособность организации как фактор эффективности инновационного менеджмента. 32. Мотивационная сфера в рекламном менеджменте. | |  |  |
| **Итого, часов:**  **Всего учебных занятий**  **в том числе практические занятия**  **Самостоятельная работа обучающегося**  **Курсовая работа**  **Консультации**  **Промежуточная аттестация** | | **102**  **62**  **86**  **10**  **10**  **2** |  |
| **Учебная практика**  **Виды работ:**   1. Анализ потребительских свойств рекламируемого товара 2. Анализ состояния рынка 3. Изучить и провести анализ целевой аудитории для вывода на рынок нового товара (по заказу рекламодателя) 4. Разработка стратегии и тактики проведения рекламной компании 5. Определить цели и концепцию рекламной компании, виды рекламы 6. Выбор средств рекламы в соответствии с рекламной идеей 7. Составить план творческих работ 8. Составить план использования видов, средств, методов, носителей рекламы 9. Сформировать предварительную смету затрат на изготовление рекламного продукта 10. Составить план-график проведения рекламной компании 11. Разработка и изготовление рекламного продукта (макет) 12. Определить эффективность рекламной компании 13. Рассчитать рекламный бюджет данного проекта 14. Подготовить документацию для регистрации авторских прав 15. Сформировать маркетинговый раздел бизнес-плана 16. Подготовить презентацию проекта и защитить его. | | **72** |  |
| **Всего** | | **210** |  |

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.04 «ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»**

**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 Microsoft Windows 7 (лицензии Microsoft Open License (Value) Academic).
2. Microsoft Office 2007 (лицензии Microsoft Open License (Value) Academic)
3. Kaspersky Endpoint Security (лицензия 1C1C-200323-080435-420-499 до 04.04.2021)
4. Система тестирования INDIGO (лицензия №54736 от 07.09.2018).
5. СПС Консультант Плюс (договор №ИП20-92 от 01.03.2020).
6. Контент-фильтрация (договор с ООО «СкайДНС» Ю-04056 от 15 января 2021 года).

**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:\Users\Емельянова.UPRAVLENIEKIU\Desktop\Local%20Settings\Temp\РАБОЧАЯ%20ПРОГРАММА%2010%20января\Положение%20по%20РП%20полное.docx#bookmark16)

**Основная учебная литература**

1. 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.
2. 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.
3. 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. 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.
2. 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.
3. 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.
4. 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.04 «ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»**

**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.4.1. Планирует собственную работу в  составе коллектива исполнителей | 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. | Экспертная оценка защиты группового проекта |
| ПК.4.2. Осуществляет самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее | Проводит процедуры согласования макетов  рекламного продукта с заказчиком  Проводить презентацию рекламного продукта  Контролирует 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 прав  Формирует 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 выполнения  профессиональных задач  Практические 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 и  использование информации,  необходимой для эффективного  выполнения профессиональных  задач, профессионального и личностного развития. | Нахождение и использование информации для эффективного выполнения  профессиональных 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 мнения  Правильность выбора стратегии поведения при организации работы в команде  Результативность 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 внеаудиторной  самостоятельной 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 и  производственной практике.  Практические работы. |
| ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности. | Точность определения порядка организации предпринимательской деятельности в профессиональной области  Точность 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 образовательных  ресурсов (работа с информационными источниками в сети Интернет) | Практические работы. |