

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение

«Южно-Уральский государственный колледж»

УТВЕРЖДАЮ:

Зам. директора по учебной работе

_____ Т.С. Занова

«08» июня 2023г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«ПМ 05. Выполнение работ по профессии 20032 Агент рекламный»

2023 г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе ФГОС СПО **42.02.01 Реклама** укрупнённой группы специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело - социально-экономический

Организация-разработчик рабочей программы: Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Южно-Уральский государственный колледж».

Разработчики:

Катаева Екатерина Ивановна, преподаватель

Рассмотрена и одобрена на заседании ПЦК «Управленческих дисциплин» Протокол № 11 от «07» июня 2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
«ПМ 05. Выполнение работ по профессии 20032 Агент рекламный»**

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности **Выполнение работ по профессии 20032 Агент рекламный** и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций¹

<i>Код</i>	<i>Наименование общих компетенций</i>
<i>ОК 1.</i>	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
<i>ОК 2.</i>	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
<i>ОК 3.</i>	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
<i>ОК 4.</i>	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
<i>ОК 5.</i>	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
<i>ОК 6.</i>	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
<i>ОК 7.</i>	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
<i>ОК 8.</i>	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
<i>ОК 9.</i>	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
<i>ОК 10.</i>	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности
<i>ОК 11.</i>	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

¹ В данном подразделе указываются только те компетенции, которые формируются в рамках данного модуля и результаты которых будут оцениваться в рамках оценочных процедур по модулю.

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
<i>ВД 5</i>	<i>Выполнение работ по профессии 20032 Агент рекламный</i>
<i>ПК 5.1.</i>	Осуществлять работу по предоставлению и продвижению товаров, услуг, коммерческих идей
<i>ПК 5.2.</i>	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком, опираясь на правовые нормы регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг
<i>ПК 5.3.</i>	Владеть убедительными приемами информирования потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях
<i>ПК 5.4.</i>	Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен²:

Иметь практический опыт	<ul style="list-style-type: none"> –поиска клиентов, ведения клиентской базы; –консультирования клиентов по ассортименту выпускаемой продукции и оказываемых услуг, основным их характеристикам; заключения договоров на изготовление/размещение рекламы по действующим условиям и прейскурантам; –составления плана и предоставления отчетности по продажам.
уметь	<ul style="list-style-type: none"> –оформлять договоры на изготовление и размещение рекламы, а также на предоставление других услуг в сфере рекламы; –консультировать потенциальных покупателей и потребителей о товарах, услугах, идеях, раскрывая их преимущества; –стимулировать потребителя к заключению договора и к повторному обращению за услугами; –составлять планы и отчеты продаж; –составлять коммерческое предложение; –проводить коммерческие переговоры; –проводить презентации;
знать	<ul style="list-style-type: none"> –нормативные правовые акты, положения инструкции, другие руководящие материалы, касающиеся рекламной деятельности; законодательство о рекламе; поведение потребителей; –стратегию и тактику продаж; –организацию продаж; –приемы и методы делового общения, ведения переговоров, проведения презентаций

² Берутся сведения, указанные по данному виду деятельности в п. 4.2.

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего - 255 часов

в том числе в форме практической подготовки – 206 ч.

Из них на освоение МДК 05.01. Технология работ по профессии Агент рекламный – 147 ч.

в том числе самостоятельная работа – 49 ч.

курсовой проект не предусмотрен

практики, в том числе учебная - 36 ч.

производственная - 72 ч.

Промежуточная аттестация проводится в форме Экзамена (квалификационного).

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля			Объем профессионального модуля, ак. час.							
		Суммарный объем нагрузки, час.	В т.ч. в форме практ. подготовки	Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем							Самостоятельная работа
				Обучение по МДК			Практики		Консультации		
				Всего	В том числе						
Промежут. аттест.	Лаборат. и практ. занятий	Курсовых работ (проектов)	Учебная		Производственная						
1	2	3	4	5	6	7 ⁴⁰	8	9	10	11	12
ПК 5.1. – 5.4. ОК 1 - 11	МДК 05.01 Технология работ по профессии Агент рекламный	147	98	98		42	X	X	X	X	49
ПК 5.1. – 5.4. ОК 1 - 11	Учебная практика	36	36					36			
ПК 5.1. – 5.4. ОК 1 - 11	Производственная практика	72	72						72		
ПК 5.1. – 5.4. ОК 1 - 11	Промежуточная аттестация: экзамен по ПМ	X	X								
	Всего:	255	206	98	X	42	X ⁴⁰	36	72	X	49

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля ПМ 05. Выполнение работ по профессии 20032 Агент рекламный

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) <i>(если предусмотрены)</i>	Объем в часах
1	2	3
ПМ 05. Выполнение работ по профессии 20032 Агент рекламный		255
МДК 05.01 Технология работ по профессии Агент рекламный		98
Тема 1. Сфера деятельности агента рекламного		18
Тема 1.1. Функциональные обязанности агента рекламного	Теоретическое занятие	2
	1. Значение профессии Агент рекламный. Виды деятельности по профессии Агент рекламный. Требования к квалификации Агента рекламного. Рекламный процесс и его участники. Применение информационных технологий в рекламной деятельности. Типы субъектов рекламного процесса	2
	В том числе в форме практической подготовки	2
	Практические занятия	2
	1.Составление профессионального портрета Агента рекламного	2
	в том числе в форме практической подготовки	2
Тема 1.2. Предоставление рекламных услуг	Теоретическое занятие	2
	1.Рекламная деятельность BTL – агентств. Структура BTL – агентств. Классификация POS – материалов . Различные типы рекламных агентств, их преимущества и недостатки. Рекламные агентства; их функции. Понятие о выборе рекламного агентства. Основные функциональные подразделения рекламного	2

	агентства Брифы и технические задания на предоставление услуг. Сведения рекламодателя, необходимые рекламному агентству	
	В том числе в форме практической подготовки	2
	Практические занятия	4
	1. Анализ рекламных агентств города Челябинска.	2
	2. Разработка структуры BTL – агентства, его логотипа, печатной продукции: визитка, открытка.	2
	в том числе в форме практической подготовки	4
Тема 1.3. Деятельность по поиску и привлечению клиентов	Содержание	4
	1. Организация деятельности по поиску клиентов. Определение рынка потребителей рекламных услуг. Сегментирование и удовлетворение потребностей рынка. Полный охват рынка. Позиционирование товара и фирмы на рынке. Способы активного поиска потенциальных покупателей. Формирование базы клиентов. Методы привлечения покупателей.	2
	3. Модели потребительского поведения. Типы потребителей. Модели поведения потребителей. Факторы, определяющие поведение потребителей. Факторы, определяющие поведение индивидуальных потребителей. Схемы привлечения клиентов. Эффективные способы привлечения клиентов. Удовлетворение потребителей. Маркетинговые коммуникации, их возможности. ATL- и BTL-реклама. Система управления взаимоотношениями с клиентами CRM (Customer Relationship Management).	2
	В том числе в форме практической подготовки	4
	Практические занятия	4
	1. Составление приёмов и способов привлечения внимания к рекламе. Организация деятельности по поиску и привлечению клиентов.	2
	2. Составление и заполнение клиентского брифа	2

	в том числе в форме практической подготовки	4
Тема 2. Управление продажами		26
Тема 2.1. Планирование продаж	Теоретическое занятие	6
	1.Экономические аспекты продаж. Осуществление управления продажами на основе оптимизационного принципа. Главные элементы управления продажами: внешняя среда, маркетинговые стратегии, персонал. Модели управления продажами: транзакционная, предпринимательская и консультационная	2
	2.Подготовка и планирование продаж. Стратегическое планирование. Текущее планирование. Персональный план продаж. Планка продаж. Выполнение плана продаж. Отчетность по продажам агента рекламного. Организация плана продаж. Координация плана продаж. Мотивация на выполнение плана продаж. Контроль за выполнением плана.	2
	3.Стратегия и тактика продаж. Модель формирования стратегии продаж. Различные стратегии продаж рекламы в условиях конкурентной среды. Стратегии управления клиентами. Тактика продаж.	2
	В том числе в форме практической подготовки	6
	Практические занятия	4
	1. Разработка плана по организации продаж	2
	2. Формирование отчетов (ЕЖО)	2
	в том числе в форме практической подготовки	4
Тема 2.2. Организация продаж	Теоретическое занятие	6
	1. Интерьер мест продажи и принципы его формирования в зависимости от конкретных деловых ситуаций.	2
	2.Качество и культура торгового обслуживания. Понятие о качестве и культуре торгового обслуживания. Методы их количественной оценки. Влияние качества и культуры торгового обслуживания на активность покупательского поведения.	2

	Основные приемы мерчендайзинга и особенности их применения с учетом национального менталитета в России.	
	3. Информационные системы продаж. Электронная торговля. Корпоративные порталы, сайты, баннеры. Корпоративные информационные системы. Социальные сети. Интернет – технологии в маркетинге и продажах.	2
	В том числе в форме практической подготовки	6
	Практические занятия	4
	1. Организация труда агента рекламного	2
	3. Ролевая игра «Здравствуйте, я представитель компании.....»	2
	в том числе в форме практической подготовки	4
Тема 2.3. Ценовое, технологическое и мотивационное стимулирование сбыта	Теоретическое занятие	4
	1. Цена как фактор управления поведением покупателей. Понятие об оптимальной цене и методах ее определения. Способы и направления коррекции оптимальных цен с учетом психотипа основного контингента покупателей.	2
	2. Экономическое стимулирование сбыта: ценовые и неценовые методы. Условия их применения. Способы расчета оптимальных размеров скидок с цены, бонусов, подарков и т.п. Мотивация агента рекламного с применением ключевых показателей эффективности KPI (Key Performance Indicators)	2
	В том числе в форме практической подготовки	4
	Практические занятия	2
	1. Разработка критериев оценки эффективности работы агента рекламного	2
	в том числе в форме практической подготовки	2
Тема 3. Техника продаж		26
Тема 3.1. Личные продажи	Теоретическое занятие	10

	1. Эволюция персональных продаж. Типы продавцов. Задачи, принципы и функции персональных продаж. Отношение к продажам. Успех персональных продаж. Знание своего бизнеса (продукта деятельности). Адаптация к типам клиентов. Владение техникой персональных продаж. Установление отношений с клиентом. Проведение презентации. Составление коммерческого предложения	2
	2. Методы поиска клиентов. Понятие о холодных, теплых и горячих звонках. Методика холодного звонка. Формирование клиентской базы.	2
	3. Коммерческие переговоры. Подготовка к коммерческой беседе. Структура коммерческой беседы. Особенности переговоров на выставках и ярмарках. Особенности переговоров с зарубежными клиентами.	2
	4. Инструменты продаж. Активные и пассивные продажи. Продажи по телефону. Продажи в пределах торгового пространства..	2
	5. Техника и тактика коммерческих переговоров. Техника продаж. Ведение коммерческих переговоров. Психологические «уловки» и способы их нейтрализации. Переговоры с «трудными» клиентами. Воронка продаж. Борьба с возражениями	2
	В том числе в форме практической подготовки	10
	Практические занятия	6
	1. Формирование листа клиента, карточки организации	2
	2. Формирование коммерческого предложения	2
	3. Отработка техники персональных продаж: Воронка продаж, борьба с возражением	2
	в том числе в форме практической подготовки	6
Тема 3.2. Продажи при работе с ключевыми клиентами	Теоретическое занятие	4
	1. Особенности работы с ключевыми клиентами. Основные нужды и потребности ключевых клиентов. Факторы выбора ключевых клиентов. Условия сотрудничества.	2

	2. Техника продаж при работе с ключевыми клиентами. Способы достижения эффективности продаж и долгосрочного сотрудничества	2
	В том числе в форме практической подготовки	4
	Практические занятия	2
	1. Отработка техники продаж при работе с ключевыми клиентами	2
	в том числе в форме практической подготовки	2
Тема 3.3. Проведение презентации	Теоретическое занятие	2
	1. Правила продажи преимуществ. Приемы проведения презентации. Структура и основные условия проведения успешной презентации. Подготовка презентации. Демонстрация товара/услуг. Проявление личного энтузиазма.	2
	В том числе в форме практической подготовки	2
	Практические занятия	2
	1. Подготовка и проведение презентации. Создание презентации продажи продукта (на выбор)	2
	в том числе в форме практической подготовки	2
Тема 4. Способы и технологии оформления заказа		12
Тема 4.1. Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком	Теоретическое занятие	4
	1. Понятие и сущность правового регулирования рекламной деятельности. Содержание договора. Требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом. Процесс заключения договора. Оформление документации. Оформление договора на изготовление и размещение рекламы. Последствия заключения договоров, нарушающее законодательство.	2
	2. Способы оформления заказа. Общее понятие о заказе, как одной из форм договора. Способы и технология формирования заказа. Оформление финансовой документации	2

	при работе с заказчиком: смета расходов, формирование счета-фактуры, акта об оказании услуг.	
	В том числе в форме практической подготовки	4
	Практические занятия	4
	1.Формирование договора, счета, акта об оказании услуг.	2
	2.Анализ соответствия рекламных продуктов требованиям закона.	2
	в том числе в форме практической подготовки	4
Тема 4.2. Офисная оргтехника, информационные и коммуникативные технологии при получении и оформлении заказа	Теоретическое занятие	2
	1. Информационные и коммуникативные технологии при получении и оформлении заказа. 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.	2
	В том числе в форме практической подготовки	2
	Практические занятия	2
	1.Получение и оформление заказа с использованием офисной оргтехники.	2
	в том числе в форме практической подготовки	2
Раздел 5. Реализация заказа		6
Тема 5.1. Сопровождение клиента	Теоретическое занятие	4
	1.Сопровождение клиента. Соблюдение договорных условий. Порядок выполнения работ по предоставлению и продвижению товаров, услуг, коммерческих идей.	2

	Установление контакта со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.	
	2. Понятие об организации рекламной кампании. Цели проведения рекламных кампаний. Отличительные признаки рекламных кампаний. Сопровождение рекламного заказа, подготовка POS – материалов для проведения рекламной кампании	2
	В том числе в форме практической подготовки	4
	Практические занятия	2
	1. Решение ситуационных задач. Отработка навыков по сопровождению заказа.	2
	в том числе в форме практической подготовки	2
Тема 6. Имидж агента рекламного		10
Тема 6.1. Эстетическая и этическая культура в деятельности агента рекламного	Теоретическое занятие	2
	1. Эстетика. Область эстетической деятельности человека. Сферы эстетической культуры. Этика. Мораль. Нравственность. Поведение человека; правила и нормы. Этикет. Сферы действия этикета.	2
	В том числе в форме практической подготовки	2
	Практические занятия	2
	1. Подготовить презентацию «Сферы эстетической культуры агента рекламного».	2
	в том числе в форме практической подготовки	2
Тема 6.2. Имидж агента рекламного	Теоретическое занятие	4
	1. Составляющие имиджа рекламного агента: внешний облик, манеры поведения, речь, умение общаться с людьми. Этикет деловой беседы. Техника ведения и этикет деловой беседы. Процесс покупки: открытые и закрытые вопросы. Активное слушание,	2

	аргументация. Техника завершения покупки: виды по типам клиентов: мыслительный, чувствующий, решающий, воспринимающий	
	2.Профессиональные качества. Профессиональные качества: умение осуществлять консультацию. Личные качества: выдержка, внимательность, сопереживание, тактичность. Вербальные и невербальные способы общения: зрительный контакт, улыбка как инструмент общения; жесты, словесное приветствие.	2
	В том числе в форме практической подготовки	4
	Практические занятия	2
	1.Разработка памятки агенту рекламному по формированию имиджа специалиста, по соблюдению правил этикета деловой беседы	2
	в том числе в форме практической подготовки	2
Тематика самостоятельной учебной работы при изучении МДК 05.01. Технология работ по профессии Агент рекламный: <ol style="list-style-type: none"> 1. Требования к квалификации Агента рекламного 2. Сбор информации о рекламных компаниях и агентствах, работающих в г.Челябинске 3. Рекламные агентства; их функции 4. Рекламная деятельность BTL – агентств 5. Брифы и технические задания на предоставление услуг 6. Разработка структуры BTL – агентства, его логотипа, печатной продукции: визитка, открытка. 7. Составление технического задания на предоставление услуги 8. Заполнение брифа на предоставление услуги 9. Исследование способов привлечения клиентов во время кризиса 10. Подбор примеров рекламодателей для конкретного рекламного агентства 11. Вопросы организации творческой деятельности в рекламном агентстве 12. Составление проекта рабочего места агента рекламного; его оснащение 13. Позиционирование товара и фирмы на рынке. 14. Методы привлечения покупателей. 15. Факторы, определяющие поведение потребителей. Модели поведения потребителей. 16. Система управления взаимоотношениями с клиентами CRM (Customer Relationship Management). 17. Персональный план продаж 18. Различные стратегии продаж рекламы в условиях конкурентной среды 19. Формирование отчетов (ЕЖО) 		49

20. Основные приемы мерчендайзинга и особенности их применения с учетом национального менталитета в России. 21. Поиск примеров информационных систем продаж 22. Подготовка к коммерческой беседе 23. Особенности работы с ключевыми клиентами 24. Структура и основные условия проведения успешной презентации. 25. Подготовка презентации.	
Учебная практика Виды работ –консультировать потенциальных покупателей и потребителей о товарах, услугах, идеях, раскрывая их преимущества; –проводить коммерческие переговоры; –проводить презентации; –составлять коммерческое предложение; стимулировать потребителя к заключению договора и к повторному обращению за услугами; –оформлять договоры на изготовление и размещение рекламы, а также на предоставление других услуг в сфере рекламы; –составлять планы и отчеты продаж;	36
Производственная практика Виды работ –поиска клиентов, ведения клиентской базы; –консультирования клиентов по ассортименту выпускаемой продукции и оказываемых услуг, основным их характеристикам; –заключения договоров на изготовление/размещение рекламы по действующим условиям и прейскурантам; –составления плана и предоставления отчетности по продажам	72
Всего	255

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет Экономики и менеджмента, оснащенный оборудованием:

- персональные компьютеры (ноутбуки);
- рабочее место преподавателя;
- программное обеспечение общего и профессионального назначения;
- мультимедийная установка (проектор, экран);
- принтер;
- комплект учебно-методической документации.

Технические средства обучения:

- компьютеры с лицензионным программным обеспечением;
- средства мультимедиа (проектор, экран).

Оборудование мастерской и рабочих мест мастерской: _____.

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории: _____.

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную учебную и производственную практики, которые рекомендуется проводить сосредоточенно.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендованные ФУМО, для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список, может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные издания

1. ...

3.2.2. Основные электронные издания

1. Бочарова, Т. И. Рекламный текст. Сборник упражнений : учебное пособие для спо / Т. И. Бочарова. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2021. — 88 с. — ISBN 978-5-8114-7711-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/164945> (дата обращения: 18.04.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Винюкова, А. К. Персональный имидж : учебное пособие / А. К. Винюкова. — Архангельск : САФУ, 2020. — 104 с. — ISBN 978-5-261-01460-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/161938> (дата обращения: 18.04.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Исаев, А. А. Управление рекламной деятельностью : учебное пособие / А. А. Исаев. — Владивосток : ВГУЭС, 2020. — 60 с. — ISBN 978-5-9736-0597-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/170248> (дата обращения: 18.04.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR : учебное пособие для вузов / Г. Н. Крайнов. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-8968-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/185976>
5. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие / Г. Н. Крайнов. — Санкт-Петербург : Лань, 2020. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-5733-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/146809> (дата обращения: 18.04.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
6. Краснянская, О. В. Теоретические основы рекламной деятельности : учебное пособие / О. В. Краснянская. — Москва : РТУ МИРЭА, 2021. — 78 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/171532> (дата обращения: 18.04.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
7. Кузьмина, О. Г. Теория и практика рекламы : учебное пособие / О. Г. Кузьмина. — Ростов-на-Дону : РГУПС, 2021. — 154 с. — ISBN 978-5-888814-963-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/220097> (дата обращения: 18.04.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
8. Зубков, С. А. Государственное и общественное регулирование в сфере рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / С. А. Зубков. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 152 с. — ISBN 978-5-8114-3082-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/205913> (дата обращения: 18.04.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
9. Стрельникова, Т. В. Основы деловых коммуникаций : учебно-методическое пособие / Т. В. Стрельникова, А. В. Кульназарова. — 2-е изд., перер. и доп. — Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2020. — 29 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/180293> (дата обращения: 18.04.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3.2.3. Дополнительные источники (при необходимости)

1. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».
2. Федеральный образовательный портал ЭСМ Экономика-Социология-Менеджмент www.ecsocman.edu.ru

3. Электронная библиотека <https://e.lanbook.com/>
4. Административно-управленческий портал www.aup.ru/management/
5. Конституция Российской Федерации от 12.12.1993 // Собрание законодательства Российской Федерации. - 04.08.2014. - №31. – Ст. 4398.
6. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ [Электронный ресурс] // Справочно-поисковая система «КонсультантПлюс».- Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/
7. ГОСТ Р 7.0.8 – 2013 Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Делопроизводство и архивное дело. Термины и определения" (утв. Приказом Росстандарта от 17.10.2013 N 1185-ст) [Электронный ресурс] // Справочно-поисковая система «КонсультантПлюс».- Режим доступа: <http://www.consultant.ru/document>.
8. ГОСТ Р 7.0.97-2016. Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов" (утв. Приказом Росстандарта от 08.12.2016 N 2004-ст) (ред. от 14.05.2018) // Официальные документы в образовании. - № 18. -2017.
9. Государственная система документационного обеспечения управления. Основные положения. Общие требования к документам и службам документационного обеспечения" (одобрена коллегией Главархива СССР 27.04.1988, Приказ Главархива СССР от 25.05.1988 N 33) [Электронный ресурс] // Справочно-поисковая система «КонсультантПлюс».- Режим доступа: <http://www.consultant.ru/document>

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины / модуля осуществляется педагогическим работником в процессе проведения практических и лабораторных занятий, контрольных работ, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
--	-----------------	---------------

<p>ПК 5.1. Осуществлять работу по предоставлению и продвижению товаров, услуг, коммерческих идей</p>	<p>Демонстрация навыков по:</p> <ul style="list-style-type: none"> - поиску клиентов; - заключению договоров; - продаже рекламы.; - осуществлению поиска различных рекламных идей; - применению документов для регистрации авторского права на рекламный продукт; - ведению переговоров; -применению методов и приемов информирования потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях; - применению методов и приемов делового общения и ведения переговоров; <p>Демонстрация знаний по:</p> <ul style="list-style-type: none"> - законодательству о рекламе; -основам организационной рекламной деятельности; -основам организации связи со средствами массовой информации; - основам этики, эстетики и психологии. 	<p><i>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе;</i></p> <p><i>освоения образовательной программы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -на практических занятиях; - по результатам выполнения самостоятельной работы - при выполнении работ на различных этапах учебной практики; - при выполнении работ на различных этапах производственной практики; - при проведении экзамена (квалификационного) по модулю
<p>ПК 5.2. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком, опираясь на правовые нормы регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг</p>	<ul style="list-style-type: none"> - заключение договоров; - ведение отчетности; - применение документов для регистрации авторского права на рекламный продукт; - демонстрация знаний по основам организационной рекламной деятельности; - оценка эффективности рекламы 	

<p>ПК 5.3. Владеть убедительными приемами информирования потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях</p>	<ul style="list-style-type: none"> - консультирование клиента по предлагаемому товару, услуге; - знания видов и типов рекламы; - продажи рекламы. - выбор вида рекламы для реализации рекламной идеи; - планирование и подготовка рекламных сообщений; - соблюдение соответствия рекламной идеи изготовлению рекламной продукции; - планирование работы в составе коллектива; - ведение переговоров; - работа в рекламных акциях в качестве исполнителя. - знание основ организационной рекламной деятельности; - применение методов и приемов информирования потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях - знание основ организации связи со средствами массовой информации; - использование методов и приемов делового общения и ведения переговоров; - применение методов подготовки и сбора рекламных материалов; 	
---	---	--

<p>ПК 5.4. Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы</p>	<ul style="list-style-type: none"> - поиск клиентов; - консультирование клиента по предлагаемому товару, услуге; - заключение договоров; - демонстрация знания видов и типов рекламы; - продажи рекламы - выбор вида рекламы для реализации рекламной идеи; - планирование и подготовка рекламных сообщений; - применение документов для регистрации авторского права на рекламный продукт; - соблюдение соответствия рекламной идеи изготовлению рекламной продукции; - ведение переговоров; - тестирование эффективности рекламы - применение методов и приемов информирования потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях - знание основ организации связи со средствами массовой информации; - использование методов и приемов делового общения и ведения переговоров; - использование методов подготовки и сбора рекламных материалов; - знание основ этики, эстетики и психологии; - оценка эффективности рекламы. 	
--	---	--

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	<ul style="list-style-type: none"> - Наличие положительных отзывов от руководителей практики – демонстрация интереса к будущей профессии – активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности; 	
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<ul style="list-style-type: none"> - применение способов решения профессиональных задач в области делопроизводства; - демонстрация правильной последовательности выполнения действий во время выполнения практических работ, заданий во время производственной практики; 	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	<ul style="list-style-type: none"> – решение стандартных профессиональных задач в области собственной деятельности организации делопроизводства и использования современной оргтехники; - самоанализ и коррекция результатов собственной работы 	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	<ul style="list-style-type: none"> – эффективный поиск необходимой информации; - использование различных источников, включая электронные учебники и документы 	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> – демонстрация навыков использования информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности; - работа с различными прикладными программами 	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	<ul style="list-style-type: none"> - взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения, выполнения практических занятий, производственной практики. 	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды	<ul style="list-style-type: none"> - взаимодействие с одноклассниками, возглавлять творческие проекты, умение объяснить ход выполнения заданий и его результаты 	

(подчиненных), результат выполнения заданий		
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	<ul style="list-style-type: none"> - самостоятельный поиск необходимой информации по выбранной профессии, обучение на курсах повышения квалификации - отличные результаты при выполнении самостоятельной работы 	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> - следить за изменениями в области информационных технологий, знать основные программы, применяемые в области делопроизводства 	
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> - владение основами предпринимательской деятельности в сфере рекламы. - самостоятельно принимать решения по разрешения производственных задач 	
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	<ul style="list-style-type: none"> - Обладание экологической, информационной и коммуникативной культурой в сфере производства рекламы 	

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения модуля

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

1. Наименование оценочного средства

Методические материалы: приводятся вопросы, типовые задания, критерии оценки.

2. Наименование оценочного средства

Методические материалы: приводятся вопросы, типовые задания, критерии оценки.

3. Наименование оценочного средства

Методические материалы: приводятся вопросы, типовые задания, критерии оценки.

Оценочные средства для промежуточной аттестации

1. Наименование оценочного средства

Методические материалы: приводятся вопросы, типовые задания, критерии оценки.

2. Наименование оценочного средства

Методические материалы: приводятся вопросы, типовые задания, критерии оценки.

3. Наименование оценочного средства

Методические материалы: приводятся вопросы, типовые задания, критерии оценки.

УТВЕРЖДАЮ

/ И.О. Фамилия /
« ____ » _____ 20 ____ г.

**ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ
ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

(наименование дисциплины / модуля)

по направлению подготовки / специальности / профессии

(код и наименование направления подготовки / специальности / профессии)

(год набора _____, форма обучения _____)

на 20 ____ / 20 ____ учебный год

В рабочую программу ПМ вносятся следующие изменения:

Номер изме- нения	Раздел рабочей программы (пункт)	Номера листов			Основание для внесения изменений
		заменен- ных	новых	аннули- рованных	

