



Министерство образования, науки и молодежной политики
Краснодарского края
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Краснодарского края
«Апшеронский техникум автомобильного транспорта и сервиса»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

ПМ.01 Организация деятельности по работе с заказчиком
для профессии СПО 42.01.01 Агент рекламный

2021г.

Рассмотрена
учебно – методическим объединением
профессионального цикла
«15» мая 2021г.
Руководитель Ганюк В.С. Палавина

Утверждаю
директор ГБПОУ КК АТАТС

В.А. Шульга
«31» мая 2021 г.



Рассмотрена
на заседании педагогического совета
протокол № 10 от « 31 » мая 2021 г.

Рабочая программа по ПМ. 01 Организация деятельности по работе с заказчиком предназначена для реализации основной профессиональной программы СПО на базе основного общего образования. Программа разработана с учетом требований ФГОС среднего профессионального образования по профессии 031601.01 Агент рекламный (утв. приказом Министерства образования и науки РФ № 658 от 02.08.2013г., зарегистрир. Министерством юстиции Российской Федерации № 29518 от 20.08.2013г.),

Организация-разработчик: государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Краснодарского края «Апшеронский техникум автомобильного транспорта и сервиса»

Разработчик: Александрова М.А., мастер п/о
ГБПОУ КК АТАТС
Щерба М.Я., мастер п/о
ГБПОУ КК АТАТС

Рецензенты:

Киселев М.Е., ИИ

Квалификация по диплому:
инженер-исследователь
ИИ
(подпись)

Сухеева Т.В., ИИ
Квалификация по диплому:
специалист по маркетингу
ИИ
(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	стр. 4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	12
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	14

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.1 Организация деятельности по работе с заказчиком

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью программы подготовки профессионалов среднего звена в соответствии с ФГОС по профессии среднего профессионального образования 42.01.01 Агент рекламный в части освоения основного вида профессиональной деятельности «Организационная деятельность по работе с заказчиком» и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 1.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.

ПК 1.2. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.

ПК 1.3. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.

ПК 1.4. Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.

ПК 1.5. Вести переговоры с заказчиками.

ПК 1.6. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.

Программа профессионального модуля может быть использована при освоении профессионального модуля «Организация деятельности по работе с заказчиком» по профессии 20032 Агент рекламный.

Стаж работы не требуется.

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- 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;
- организация связи со средствами массовой информации.

уметь:

- контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком;
- 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.

знать:

- виды рекламной деятельности;
- виды рекламных средств и средств распространения рекламы;
- 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;
- социально-психологические основы рекламы;
- факторы и методы воздействия рекламы на человека;
- факторы, влияющие на покупку товара;
- информационные материалы связей с общественностью, их виды;
- организационную структуру организаций;
- средства оргтехники и требования безопасности труда;
- средства составления оригиналов текстовых документов;
- средства копирования и оперативного размножения документов;
- средства для обработки документов;
- средства связи;
- вычислительные средства.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Всего – 899 часов

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 431 часа, включая:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 300 часов;
самостоятельной работы обучающегося – 131 час;

учебной и производственной практики – 468 часов

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности «Организация деятельности по работе с заказчиком», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование обучения
ПК 1.1.	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов
ПК 1.2	Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.
ПК 1.3.	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком
ПК 1.4	Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.
ПК 1.5.	Вести переговоры с заказчиками
ПК 1.6.	Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.
ОК 01	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 02	Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов её достижения, определенных руководителем.
ОК 03	Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы
ОК 04	Осуществлять поиск информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач
ОК 05	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 06	Работать в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, клиентами
ОК.07	Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)	Объем часов	Уровень освоения
	Раздел 1. МДК 01.01. Организация рекламной деятельности	331	
Раздел 1 Предмет, метод и задачи курса рекламная деятельность		27	
Тема 1.1. Понятие, сущность и задачи рекламы.	<u>Содержание учебного материала</u>	16	
	1. Виды рекламной деятельности Предмет рекламы. 2. Структура рекламы. 3. Типология рекламы. 4. Социальные сферы рекламной деятельности. 5. Роль рекламы в современном обществе. Требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом 6. Экономическая и социальная роль рекламы. 7. Образовательная, психологическая и эстетическая роль рекламы. 8. Экономическая и психологическая эффективность рекламных мероприятий. 9. Экономическая и психологическая эффективность рекламных мероприятий.	9	2
	Практическая работа №1 «Виды рекламной деятельности» Практическая работа №2 «Основные сферы рекламной деятельности»	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> 1. Выполнить маркировку лекционного материала 1 раздела по теме 1.1. 2. Составить таблицу «Сущность и задачи рекламы» 3. Подготовить доклад на тему: «Роль рекламы в современном обществе»	5	

	4. Подготовить сообщение на тему: «Структура рекламы» 5. Подготовить доклад на тему «Развитие рекламы на рынке потребительских товаров (на примере конкретного товара или фирмы)»		
Тема 1.2. Предмет методологические основы курса	<u>Содержание учебного материала</u>	11	
	1.Методологические принципы курса. 2.Методологические принципы курса. 3.Классификация рекламной деятельности. Субъекты рекламного процесса и их взаимодействие 4.Правдивость, конкретность, целенаправленность, гуманность и компетентность рекламы.	4	2
	Практическая работа № 3 «Назначение рекламного средства. Умение выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы» Практическая работа № 4 «Специальные методы исследования»	2	
	Контрольная работа по теме: Предмет и методологические основы курса	1	
	<u>Самостоятельная работа</u> 1. Выполнить маркировку лекционного материала 1 раздела по теме 1.2. 2. Составить таблицу «Классификация рекламной деятельности» 3. Подготовить доклад на тему: «Эффективность рекламных мероприятий» 4. Изучение литературы и интернет-ресурсов по теме.	4	
		16	
Раздел 2 История возникновения и развития рекламы			
Тема 2.1. Этапы развития	<u>Содержание учебного материала</u>	16	
	1. Реклама в Риме и Древней Греции. 2. Развитие рекламы в Западной Европе и США. 3. Развитие рекламы в Западной Европе и США. 4. Протореклама. 5. Дореволюционная отечественная реклама. 6. Реклама в постреволюционный и советский период (1917-1991) 7. Реклама в РФ.	7	2

	<p>Практическая работа № 5 «Реклама в государствах Древнего мира» Практическая работа № 6 «Первые рекламные агентства» Практическая работа № 7 «Развитие рекламного дела в России» Практическая работа №8 «Эволюция рекламы»</p>	4	
	<p><u>Самостоятельная работа</u> 1. Выполнить маркировку лекционного материала 2 раздела по теме 2.1. 2. Составить таблицу «Этапы развития рекламы» 3. Подготовить доклад на тему: «Реклама в постреволюционный и советский период (1917-1991)» 4. Подготовить доклад на тему: «Первые типографские предприятия» 5. Изучение литературы и интернет-ресурсов по теме.</p>	5	
<p>Раздел 3 Социально-психологические основы рекламы <i>Бережливое производство</i></p>		64	
<p>Тема 3.1. Реклама как метод управления людьми</p>	<p><u>Содержание учебного материала</u> 1. Влияние внешних и внутренних факторов (раздражителей) на поведение человека. Социально-психологические основы рекламы 2. Влияние внешних и внутренних факторов (раздражителей) на поведение человека. Социально-психологические основы рекламы 3. Содержание рекламного обращения. 4. Метод внушения и убеждения.</p>	12	
	<p>Практическая работа №9 «Демонстрация рекламных материалов по основным видам рекламы» Практическая работа №10 «Реклама как метод управления людьми: умение контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком» Практическая работа №11 «Содержание рекламного обращения. Осуществление в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг»</p>	4	2
		3	

	<p><u>Самостоятельная работа</u></p> <p>1. Выполнить маркировку лекционного материала 3 раздела темы 3.1. 2. Составить глоссарий по теме. 3. Сделать подборку рекламных материалов по основным видам рекламы. 4. Составить схему «Влияние внешних и внутренних факторов» 5. Изучение литературы и интернет-ресурсов по теме.</p>	5	
<p>Тема 3.2. Процесс воздействия и восприятия рекламы.</p>	<p><u>Содержание учебного материала</u></p>	12	
	<p>1. Механизмы психического воздействия. Факторы и методы воздействия рекламы на человека 2. Механизмы психического воздействия. 3. Приемы перевода непроизвольного внимания в произвольное. Факторы, влияющие на покупку товара 4. Рациональный и эмоциональный способы реагирования.</p>	4	2
	<p>Практическая работа № 12 «Способы повышения непроизвольного внимания» Практическая работа № 13 «Эффективность воздействия рекламы» Практическая работа № 14 «Рациональный и эмоциональный способы реагирования»</p>	3	
	<p><u>Самостоятельная работа</u></p> <p>1. Выполнить маркировку лекционного материала 3 раздела темы 3.2. 2. Составить глоссарий по теме. 3. Сделать подборку рекламных материалов по основным видам рекламы. 4. Составить схему «Рациональный и эмоциональный способы реагирования» 5. Изучение литературы и интернет-ресурсов по теме.</p>	5	
	<p><u>Содержание учебного материала</u></p>	17	
<p>Тема 3.3. Психология потребительской мотивации поведения покупателя</p>	<p>1. Потребительские первичные и вторичные мотивы. 2. Мотивационная психология. 3. Рациональные и эмоциональные потребительские мотивы. 4. Рациональные и эмоциональные потребительские мотивы. 5. Уровень притязаний. 6. Привычки, навыки, представления, вкусы. 7. Привычки, навыки, представления, вкусы.</p>	7	2

	<p>Практическая работа № 15 «Суть этапов воздействия и восприятия рекламы»</p> <p>Практическая работа № 16 «Сущность рекламы как метод управления потребителями»</p> <p>Практическая работа № 17 «Виды мотивов по А.Маслоу»</p>	3	
	Контрольная работа по теме: Психология потребительской мотивации	1	
	<p>Самостоятельная работа</p> <p>1. Составить глоссарий по теме.</p> <p>2. Сделать подборку рекламных материалов по основным видам рекламы.</p> <p>3. Составить схему «Суть мотивации по З. Фрейду»</p> <p>4. Выполнить маркировку лекционного материала 3 раздела темы 3.3.</p> <p>5. Подготовить реферат на тему: «Факторы, оказывающие влияние на восприятие и понимание»</p> <p>6. Изучение литературы и интернет-ресурсов по теме.</p>	6	
Тема 3.4. Понятие системы маркетинговых коммуникаций и ее роль в комплексе маркетинга.	Содержание учебного материала	23	
	<p>1. Теория маркетинговых коммуникаций. Информационные материалы связей с общественностью, их виды</p> <p>2. Теория маркетинговых коммуникаций.</p> <p>3. Внутренняя коммуникация.</p> <p>4. Межличностная коммуникация.</p> <p>5. Публичная коммуникация.</p> <p>6. Организационная коммуникация.</p> <p>7. Массовая коммуникация.</p> <p>8. Синтактика, семиотика, прагматика.</p> <p>9. Синтактика, семиотика, прагматика.</p> <p>10. Элементы маркетинговых коммуникаций.</p> <p>11. Основные и синтетические СМК.</p> <p>12. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.</p> <p>13. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.</p> <p>14. Коммерческая пропаганда.</p> <p>15. Стимулирование сбыта.</p>	15	2

	<p>Практическая работа № 18 «Конструирование образа (имидж-билдинг). Умение проводить основные мероприятия связей с общественностью»</p> <p>Практическая работа №19 «Генерирование, формирование и актуализация потребностей покупателя»</p> <p>Практическая работа №20 «Основные и синтетические СМК. »</p>	3	
	<p>Самостоятельная работа</p> <p>1. Выполнить маркировку лекционного материала 3 раздела темы 3.4.</p> <p>2. Составить доклад-гlossарий по теме.</p> <p>3. Выявить основные потребительские мотивы, используемые в рекламных объявлениях и подготовить.</p> <p>4. Подготовить доклад на тему: «Реклама в системе маркетинговых коммуникаций»</p> <p>5. Подготовить реферат на тему: «Понятие системы маркетинговых коммуникаций и ее роль в комплексе маркетинга»</p>	5	
Раздел 4 Классификация рекламных средств		22	
Тема 4.1. Основные признаки классификации рекламных средств.	<p>Содержание учебного материала</p> <p>1. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы <u>Внутримагазинные и внешние рекламные средства.</u></p> <p>2. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы <u>Индивидуальные и массовые рекламные средства.</u></p> <p>3. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы <u>Демонстрационные средства рекламы.</u></p> <p>4. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы <u>Демонстрационные средства рекламы.</u></p> <p>5. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы <u>Изобразительно-словесные средства рекламы.</u></p> <p>6. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы <u>Изобразительно-словесные средства рекламы.</u></p> <p>7. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы <u>Демонстрационно-изобразительные средства рекламы.</u></p>	16	
	<p>1. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы <u>Внутримагазинные и внешние рекламные средства.</u></p> <p>2. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы <u>Индивидуальные и массовые рекламные средства.</u></p> <p>3. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы <u>Демонстрационные средства рекламы.</u></p> <p>4. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы <u>Демонстрационные средства рекламы.</u></p> <p>5. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы <u>Изобразительно-словесные средства рекламы.</u></p> <p>6. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы <u>Изобразительно-словесные средства рекламы.</u></p> <p>7. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы <u>Демонстрационно-изобразительные средства рекламы.</u></p>	7	2
	<p>Практическая работа №21 «Основные признаки классификации рекламных средств»</p> <p>Практическая работа №22 «Сравнительная характеристика рекламных средств» (на</p>	3	

	выбор) Практическая работа № 23 «Внутримагазинные и внешние рекламные средства»		
	Самостоятельная работа 1. Выполнить маркировку лекционного материала 4 раздела по теме 4.1. 2. Составить глоссарий по теме. 3. Подготовить доклад на тему: «Организация рекламного агентства» 4. Подготовить сообщение на тему: «Наиболее крупные рекламные агентства России». 5. Подготовить доклад на тему: «Основные признаки классификации рекламных средств» 6. Изучение литературы и интернет-ресурсов по теме.	6	
Тема 4.2. Основные элементы средств рекламы и требования, предъявляемые к ним.	Содержание учебного материала	6	
	1. Требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом Требования, предъявляемые к тексту. 2. Требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом Требования, предъявляемые к изображению.	2	2
	Практическая работа № 24 «Умение проводить основные мероприятия связей с общественностью. Презентация рекламного агентства для потенциальных клиентов»	1	
	Самостоятельная работа 1. Выполнить маркировку лекционного материала по теме 4.2. 2. Изучение литературы и интернет-ресурсов по теме. 3. Подготовить доклад на тему: «Требования, предъявляемые к изображению».	3	
Раздел 5 Рекламные средства и их применение. <i>Бережливое производство</i>		70	
Тема 5.1.	Содержание учебного материала	9	

Реклама в прессе.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Рекламные объявления. 2. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Публикации обзорно-рекламного характера. 3. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Публикации обзорно-рекламного характера. 	3	2
	Практическая работа № 25 «Художественное оформление рекламного объявления» Практическая работа № 26 «Рекламное объявление»	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> 1. Выполнить маркировку лекционного материала по теме 5.1. 2. Подготовить доклад на тему: «Статьи и другие публикации рекламного характера» 3. Подготовить реферат на тему: «Эффективность рекламы в прессе» 4. Изучение литературы и интернет-ресурсов по теме.	4	
Тема 5.2. Печатная реклама.	<u>Содержание учебного материала</u>	8	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Рекламно-каталожные издания. (каталог, проспект) 2. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Рекламно-каталожные издания. (буклет, плакат). 3. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Рекламно-подарочные издания. 	3	2
	Практическая работа № 27 «Оформление буклета» Практическая работа № 28 «Оформление подарочного каталога»	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выполнить маркировку лекционного материала по теме 5.2. 2. Оформление выставочного стенда. 3. Изучение литературы и интернет-ресурсов по теме. 	3	
	<u>Содержание учебного материала</u>	11	
Тема 5.3 Аудиовизуальная	<u>Содержание учебного материала</u>	11	

реклама.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Рекламный ролик. 2. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Рекламно-технический фильм. 3. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Рекламно-технический фильм. 4. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Рекламная видеоэкспресс-информация. 5. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Слайд-фильм. 	5	2
	Практическая работа №29 «Рекламно-технические и рекламно-престижные фильмы» Практическая работа №30 «Создание рекламного ролика»	2	
	Самостоятельная работа 1. Выполнить маркировку лекционного материала по теме 5.3. 2. Изучение литературы и интернет-ресурсов по теме. 3. Создание короткого рекламного ролика. 4. Подготовка индивидуального проекта на тему: « Рекламно-технический фильм»	4	
	Содержание учебного материала	9	
Тема 5.4. Радио и телереклама.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Внутримагазинная и внемагазинная реклама. 2. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Радиообъявление, радиоролик. 3. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Радиожурнал, радиорепортаж. 4. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Телеролики, телесобъявления, телезаставки. 	4	2
	Практическая работа №31 «Внутримагазинная и внемагазинная реклама». Практическая работа №32 «Рекламно-технический фильм»	2	
	Самостоятельная работа 1. Выполнить маркировку лекционного материала по теме 5.4. 2. Составить глоссарий по теме 3. Изучение литературы и интернет-ресурсов по теме.	3	

Тема 5.5. Выставки и ярмарки. Рекламные сувениры.	<u>Содержание учебного материала</u>	14	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Фирменные сувенирные изделия. 2. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Серийные сувенирные изделия. 3. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Подарочные изделия 4. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Фирменные упаковочные материалы. 5. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Стационарные и передвижные выставки рекламодателя. 6. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Постоянно действующие экспозиции. 7. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Международные выставки по национальному и отраслевому признаку. 	7	2
	<p>Практическая работа № 33 «Подготовка мероприятия: план выставочного стенда, работа с оргкомитетом, оформление стендов и экспозиций, сопутствующие мероприятия.»</p> <p>Практическая работа №34 «Подбор персонала, его задачи в период проведения выставки. Подведение итогов мероприятия»</p>	2	
	Контрольная работа по теме: Выставки и ярмарки. Рекламные сувениры.	1	
	<u>Самостоятельная работа</u> 1.Выполнить маркировку лекционного материала по теме 5.5. 2.Подготовить доклад на тему: «Общепромышленные и специализированные выставки и ярмарки» 3.Изучение литературы и интернет-ресурсов по теме. 4.Индивидуальный проект на тему: «Серийные сувенирные изделия»	4	
Тема 5.6.	<u>Содержание учебного материала</u>	9	

Прямая почтовая и наружная реклама.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Рекламно-информационные письма. 2. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Целевая рассылка печатных рекламных материалов. 3. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Целевая рассылка печатных рекламных материалов. 4. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Рекламные щиты, панно, афиши, транспаранты. 5. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы Фирменные вывески, реклама на транспорте. 	5	2
	Практическая работа № 35 «Художественное оформление рекламного сообщения»	2	
	Практическая работа № 36 «Рекламно-информационные письма»		
	<u>Самостоятельная работа</u> <ol style="list-style-type: none"> 1. Подготовить доклад на тему: «Основные признаки классификации рекламных средств» 2. Выполнить маркировку лекционного материала по теме 5.6. 	2	
Тема 5.7. Организация паблик рилейшнз	<u>Содержание учебного материала</u>	12	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. История развития паблик рилейшнз. 2. Цели, задачи паблик рилейшнз. 3. Функции паблик рилейшнз. 4. Работа служб паблик рилейшнз со средствами массовой информации 5. Информационные материалы паблик рилейшнз. 6. Презентации, пресс-конференции, симпозиумы. 7. Финансирование общественно полезных мероприятий. Спонсорство. 8. Публикация редакционных материалов престижной направленности в прессе и других средствах массовой информации. 	8	2
	Практическая работа № 37 «Паблик рилейшнз на предприятии»	1	
	<u>Самостоятельная работа</u> <ol style="list-style-type: none"> 1. Подготовить реферат на тему: «Основная задача мероприятий паблик рилейшнз» 2. Выполнить маркировку лекционного материала по теме 5.7. 3. Подготовить доклад на тему: «Технические рекламные средства» 	3	

<p>Раздел 6 Основы обработки рекламных объявлений и текстов. <i>Бережливое производство</i></p>		15	
<p>Тема 6.1. Основные принципы составления рекламных текстов.</p>	<p><u>Содержание учебного материала</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Информационные, напоминающие, внушающие и убеждающие тексты. 2. Шрифты для набора основного рисунка. Шрифты классического рисунка. 3. Выделительные шрифты. 4. Декоративные шрифты. 5. Глубокая и плоская печать. 6. Офсетная печать. 7. Термография и шелкография. <p>Практическая работа №38 «Преимущества и недостатки основных средств распространения рекламы» Практическая работа №39 «Шрифты для набора основного рисунка» Практическая работа №40 «Составление текста речи, соблюдая композиционные особенности и оформление» Практическая работа №41 «Применение стилистических фигур при создании рекламного текста»</p> <p><u>Самостоятельная работа</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Подготовка доклада на тему: «Выделительные и декоративные шрифты» 2. Разработка рекламного объявления, содержащего декоративный шрифт 3. Выполнить маркировку лекционного материала по теме 6.1. 4. Создать рекламный текст для газеты. 	15	
<p>Раздел 7. Организация рекламы в магазине.</p>		30	

Тема 7.1. Интерьер как рекламы. магазина средство	<u>Содержание учебного материала</u>	11	
	1. Оборудование для рекламной выкладки товаров в торговом зале. 2. Освещение в торговом зале. 3. Цветовое оформление интерьера магазина. 4. Рекламная выкладка товаров в торговом зале. 5. Рекламная выкладка товаров в торговом зале.	5	2
	Практическая работа № 42 «Интерьер магазина как средство рекламы» Практическая работа № 43 «Оборудование для рекламной выкладки товаров в торговом зале» Практическая работа № 44 «Создание текста наружной рекламы»	3	
	<u>Самостоятельная работа</u> 1. Подготовка доклада на тему: «Рекламные мероприятия в магазине» 2. Выполнить маркировку лекционного материала по теме 7.1. 3. Подготовка реферата на тему: «Организация рекламы в магазине»	3	
Тема 7.2. Оформление витрин образцами различных товарных групп	<u>Содержание учебного материала</u>	18	
	1. Витрины, их виды, классификация и требования к ним. 2. Витринный инвентарь и материалы для оформления витрин. 3. Правила разработки композиции витринной выставки. 4. Показ в витрине мужской, женской и детской одежды и обуви. 5. Показ в витрине ювелирных изделий. 6. Показ в витрине школьно-письменных и канцелярских товаров. 7. Показ в витрине товаров культурно-бытового и спортивного назначения. 8. Показ в витрине сувениров и подарочных наборов. 9. Показ в витрине детских игрушек. 10. Оформление праздничных тематических витрин. 11. Показ в витрине продовольственных товаров.	11	2
	Практическая работа №45 «Оформление праздничных тематических витрин» Практическая работа №46 «Правила разработки композиции витринной выставки» Практическая работа №47 «Демонстрация тканей на манекенах»	3	
	<u>Самостоятельная работа</u>	4	

	1. Выполнить маркировку лекционного материала по теме 7.2. 2. Создать рекламный текст листовки. 3.Создание слоганов на заданную тему. 4. Оформление рекламного текста с использованием игровых приемов.		
Раздел 8. Правовое регулирование рекламной деятельности.		13	
Тема 8.1. Законодательство и этика в рекламе.	<u>Содержание учебного материала</u>	13	
	1.Реклама и право. Закон о рекламе. Правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг. 2. Этические критерии оценки рекламы: пропаганда, точность. 3. Этические критерии оценки рекламы: восприимчивость. 4.Реклама и вкус. Стереотипы в рекламе. 5. Кодекс рекламной практики 6. Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров, работ и услуг. 7. Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров, работ и услуг. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу	7	2
	Практическая работа № 48 «Примеры решения этических проблем в рекламе в России и за рубежом». Практическая работа №49 «Воздействие рекламы на подсознание» Практическая работа №50 «Кодекс рекламной практики»	3	
	<u>Самостоятельная работа</u> 1.Подготовка доклада на тему: «Право и этика в рекламе». 2. Подготовка сообщения на тему: «Особенности рекламы детских и спорных товаров» 3.Подготовка реферата на тему: «Роль Федерального закона "О рекламе" в организации и управлении рекламной деятельностью»	3	
Раздел 9. Планирование и анализ рекламной		32	

компания Бережливое производство			
Тема 9.1 Планирование организация рекламной кампании	<u>Содержание учебного материала</u>	9	
	1. Время проведения рекламной кампании. 2. Планирование средств распространения рекламы (медиапланирование): виды меднаканалов. 3. Формирование рекламного бюджета. Методы и этапы. 4. Формирование рекламного бюджета. Методы и этапы. 5. Структура распределения затрат на рекламу.	5	2
	Практическая работа № 51 «Эффективность медианосителя, показатели эффективности» Практическая работа №52 «Сезонная и антисезонная реклама»	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> 1. Подготовка доклада на тему: «Рекламное обращение и его реализация» 2. Подготовка реферата на тему: «Формирование рекламного бюджета»	2	
Тема 9.2 Анализ и методы эффективности рекламной кампании	<u>Содержание учебного материала</u>	10	
	1. Методы анализа эффективности рекламной кампании. 2. Психологическая эффективность применения средств рекламы. 3. Экономическая эффективность рекламных мероприятий. 4. Методы оценки эффективности рекламных кампаний.	4	2
	Практическая работа №53 «Экономический и психологический анализ рекламной кампании» (на выбор) Практическая работа № 54 «Метод наблюдения и эксперимента» Практическая работа № 55 «Метод опроса»	3	
	<u>Самостоятельная работа</u> 1. Подготовка доклад на тему: «Эффективность рекламных кампаний» 2. Выполнить маркировку лекционного материала по теме 9.2. 3. Подготовка реферата на тему: «Анализ рекламной деятельности»	3	
Тема 9.3	<u>Содержание учебного материала</u>	13	

Организация и управление рекламной деятельностью на рынке товаров, работ и услуг	1. Рекламные агентства и их функции. Организационная структура организаций 2. Организация взаимоотношений участников рекламного процесса. 3. Организация взаимоотношений участников рекламного процесса. 4. Планирование рекламной работы на предприятии. 5. Организация и планирование рекламных кампаний. 6. Организация и планирование рекламных кампаний.	6	2
	Практическая работа №56 «Планирование рекламной работы на предприятии» (на выбор) Практическая работа №57 «Организация и планирование рекламной кампании» (на выбор) Практическая работа №58 «Рекламные агентства и их функции»	3	
	Самостоятельная работа 1. Выполнить маркировку лекционного материала по теме 9.3. 2. Подготовка доклад на тему: «Рекламная работа на предприятии» 3. Индивидуальный проект на тему: «Организация и планирование рекламных кампаний» 4. Подготовка реферата на тему: «Рекламные агентства и их функции»	4	
Раздел 10. Товарные знаки		13	
Тема 10.1 Составные элементы товарного знака.	Содержание учебного материала	13	
	1. Понятие фирменного стиля, его составные элементы. 2. Понятие товарных знаков и требования, предъявляемые к ним. 3. Понятие товарных знаков и требования, предъявляемые к ним. 4. Порядок регистрации товарных знаков. 5. Коллективный знак. 6. Использование товарного знака. 7. Передача товарного знака и прекращение правовой охраны товарного знака	7	2

	Практическая работа № 59 «Презентация товарного знака» Практическая работа № 60 «Использование товарного знака.» Практическая работа № 61 « Составные элементы фирменного стиля»	3	
	Контрольная работа по теме: Составные элементы товарного знака.	1	
	Самостоятельная работа 1. Выполнить маркировку лекционного материала по теме 10.1. 2. Подготовка доклада на тему: «Фирменный стиль»	2	
Раздел 11 Рекламная деятельность оптовых и производственных предприятий		10	
Тема 11.1. Рекламная деятельность промышленных предприятий.	Содержание учебного материала	10	
	1. Формирование спроса оптовых и розничных покупателей на новые товары. 2. Поддержание спроса на товары. 3. Популяризация производственных предприятий и объединений, выпускающих товары народного потребления. 4. Популяризация производственных предприятий и объединений, выпускающих товары народного потребления.	4	2
	Практическая работа №62 «Рекламная деятельность промышленных предприятий» Практическая работа №63 «Формирование спроса на товары» Практическая работа №64 «Поддержание спроса на товары»	3	
	Самостоятельная работа 1. Выполнить маркировку лекционного материала по теме 11.1. 2. Подготовка доклада на тему: «Формирование спроса оптовых и розничных покупателей» 3. Подготовка индивидуального проекта на тему: «Рекламная деятельность промышленных предприятий»	3	
Раздел 12 Контроль рекламной деятельности.		18	
Тема 12.1.	Содержание учебного материала	18	

<p>Понятие, уровни и виды контроля рекламной деятельности</p>	<p>1. Основные элементы контроля рекламной деятельности. 2. Цели контроля рекламной деятельности. 3. Цели контроля рекламной деятельности. 4. Стратегический и тактический контроль рекламной деятельности. 5. Предварительный и последующий контроль рекламной деятельности. 6. Контроль экономической и коммуникативной эффективности рекламы. 7. Контроль рекламного бюджета. 8. Контроль эффективности средств рекламы. 9. Контроль эффективности средств рекламы. 10. Стратегический внутрифирменный контроль. 11.Тактический контроль рекламы.</p>	11	2
	<p>Практическая работа № 65 «Специфика контроля рекламной деятельности» Практическая работа № 66 «Цели контроля рекламной деятельности» Практическая работа № 67 «Основные элементы контроля рекламной деятельности»</p>	3	
	<p>Итоговая контрольная работа</p>	1	
	<p>Самостоятельная работа 1. Выполнить маркировку лекционного материала по теме 12.1. 2.Подготовка доклада на тему: «Определение эффективности конкретных рекламных кампаний после их проведения» 3. Подготовка индивидуального проекта на тему: «Оценки эффективности рекламы».</p>	3	
	МДК 01.02. Современная оргтехника		
<p>Раздел I Современная оргтехника <i>Бережливое производство</i></p>		100	
<p>Тема 1. 1. Современное оборудование офиса</p>	<p>Содержание 1. Оргтехника. Основные понятия. Средства оргтехники и требования безопасности труда</p>	10	
		4	2

	<ul style="list-style-type: none"> 2. Классификация офисной техники ее характеристика. 3. Роль оргтехники в современном мире. Средства оргтехники. 4. Требования безопасности труда при работе на ПК. Охрана труда. 		
	Практическое занятие	2	
	№ 1 Современные средства оргтехники в рекламе. № 2 Современные средства оргтехники в рекламе.		
	Самостоятельная работа	4	
	<ul style="list-style-type: none"> 1. Создать слайд-ряд по теме «Основные средства оргтехники профессиональной деятельности» 2. Подготовить доклад на тему: «Роль оргтехники в современном мире» 3. Подготовить доклад на тему: «История развития оргтехники» 4. Выполнить маркировку лекционного материала 		
Тема 1. 2. Средства составления и изготовления текстовых документов	Содержание	17	
	<ul style="list-style-type: none"> 1. Средства составления оригиналов текстовых документов: пишущие машинки. 2. Средства составления оригиналов текстовых документов: пишущие машинки. 3. Средства составления оригиналов текстовых документов: организационные автоматы 4. Средства составления оригиналов текстовых документов: организационные автоматы 5. Средства составления и изготовления документов: диктофонная техника 6. Средства составления и изготовления документов: диктофонная техника 7. Средства составления оригиналов текстовых документов: печатающие устройства для персональных компьютеров. 8. Средства составления и изготовления документов: печатающие устройства для персональных компьютеров. 9. Программы, предназначенные для обработки текстовой информации. 10. Программы, предназначенные для обработки текстовой информации. 	10	2
	Практическое занятие	3	
	№ 3 Оформление заказов на изготовление визиток. № 4 Сканирование и распознавание текста в программе ABBYY FineReader. Автоматический перевод текста.		

	№ 5 Сканирование и распознавание текста в программе ABBYY FineReader. Автоматический перевод текста.		
	Самостоятельная работа	4	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Оформить рекламный буклет детской игрушки. 2. Оформить рекламный буклет строительной компании. 3. Оформить рекламный буклет образовательного учреждения 4. Подготовить доклад на тему: «Средства составления и изготовления материала» 		
Тема 1. 3. Средства копирования и оперативного размножения документов	Содержание	19	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Средства копирования и оперативного размножения документов Классификация средств копирования документов. 2. Средства копирования документов. 3. Средства оперативной полиграфии: электрографическое копирование 4. Средства оперативной полиграфии: фотографическое копирование. 5. Средства оперативной полиграфии: электронно-графическое копирование. 6. Средства оперативной полиграфии: диазографическое копирование. 7. Гектографическая печать. 8. Офсетная печать. 9. Трафаретная печать 10. Электронно-трафаретная печать. Ризографы. 	10	2
	Практическое занятие	3	
	№ 6 Умение использовать способы оперативной полиграфии. Копирование документов.		
	№ 7 Оперативное размножение документов.		
	№ 8 Копирование и оперативное размножение документов.		
	Самостоятельная работа	6	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Создать видеоряд средств оперативной полиграфии. 2. Создать видеоряд средств оперативной полиграфии. 3. Создать видеоряд средств оперативной полиграфии. 4. Прописать алгоритм работы средств оперативной полиграфии. 5. Прописать алгоритм работы средств оперативной полиграфии. 6. Прописать алгоритм работы средств оперативной полиграфии. 		

Тема 1. 4. Средства обработки документов	Содержание	14	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Средства для обработки документов Адресовальные, маркировальные, штемпелевальные машины. 2. Ламинаторы. 3. Фальцевальные, биговальные, перфорирующие и резательные машины. 4. Машины и устройства листоподборочные и сортировальные. 5. Скрепляющее, склеивающее и переплетное оборудование. 6. Конвертовскрывающие и резательные машины. 7. Машины для нанесения защитных покрытий на документы. 8. Машины для уничтожения документов (Шредеры) 	8	2
	Самостоятельная работа	6	
Тема 1. 5. Информационно-коммуникационные технологии и вычислительные средства	Содержание	40	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Характеристика систем административно-управленческой связи. 2. Средства связи. Каналы систем связи: механические, акустические, оптические, электрические. 3. Системы передачи недokumentированной информации; телефонная связь, радиотелефонная связь, видеотелефонная связь, радиопоисковая связь. 4. Средства связи. Системы передачи документированной информации. Телеграфная, факсимильная, дейтефонная связь. 5. Факсимильные аппараты, факсимильные сервис-системы. 6. Средства связи. Локальная система связи, ее назначение и 	16	2

	<p>характеристика.</p> <p>7. Средства связи. Телефонная связь, историческая справка.</p> <p>8. Средства связи. Иерархическая структура узлов телефонной сети. Мини-АТС.</p> <p>9. Средства связи. Пейджинговая, транковая и сотовая связь.</p> <p>10. Вычислительные средства. Аппаратные средства: структура микрокомпьютера. архитектура ПК. отладочный стенд.</p> <p>11. Вычислительные средства. Программное обеспечение: система команд, программные средства.</p> <p>12. Вычислительные средства: многопроцессорные вычислительные системы (МПВС), многомашинные вычислительные системы (ММВС).</p> <p>13. Системы управления электронными документами.</p> <p>14. Создание электронных документов.</p> <p>15. Хранение электронных документов.</p> <p>16. Манипулирование электронными документами.</p>		
	Практическое занятие	10	
	<p>№ 9 Умение применять средства связи. Технологии WWW (WORLD-WIDE-WEB).</p> <p>№ 10 Использование вычислительных средств в рекламной деятельности</p> <p>№ 11 Создание рекламного проспекта фирмы.</p> <p>№ 12 Создание рекламного проспекта фирмы.</p> <p>№ 13 Создание рекламного проспекта фирмы.</p> <p>№ 14 Анализ возможностей современного сканера</p> <p>№ 15 Анализ возможностей современного принтера</p> <p>№ 16 Анализ возможностей современного монитора</p> <p>№ 17 Анализ возможностей современного телевизора</p> <p>№ 18 Анализ возможностей современного проектора.</p>		
	Итоговая контрольная работа	1	
	Самостоятельная работа	13	
	<p>1. Составить презентацию по обеспечению программного обеспечения рекламного агентства</p> <p>2. Составить презентацию по обеспечению программного обеспечения рекламного агентства</p>		

	<ul style="list-style-type: none"> 3. Составить презентацию по обеспечению программного обеспечения рекламного агентства 4. Составить презентацию по аппаратно-техническому обеспечению рекламного агентства 5. Составить презентацию по аппаратно-техническому обеспечению рекламного агентства 6. Составить презентацию по аппаратно-техническому обеспечению рекламного агентства 7. Настройка локальной сети, ее администрирование 8. Настройка локальной сети, ее администрирование 9. Настройка локальной сети, ее администрирование 10. Создать базу данных клиентов 11. Создать базу данных клиентов 12. Создать базу данных клиентов, привести пример рассылки рекламной информации 13. Создать базу данных клиентов, привести пример рассылки рекламной информации 		
	Учебная практика	396	
	Производственная практика	72	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов:

- профессиональных дисциплин.

Лаборатории:

- информационных и коммуникационных технологий;

Оборудование учебных кабинетов и рабочих мест кабинетов: профессиональных дисциплин и права социального обеспечения:

- посадочные места по количеству обучающихся

- рабочее место преподавателя

- учебно-методические комплексы

- наглядные пособия

Технические средства обучения:

- компьютеры

- проектор

- сеть Интернет

- программное обеспечение общего и профессионального назначения, справочно-правовые системы «Гарант» и «КонсультантПлюс».

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Ананьев Н.В., Сулова Ю.Ю., Рекламная деятельность: учебное пособие, 2017 – электронная библиотека

2. Сабетова Т.В. Реклама и рекламная деятельность: учебное пособие. Ответственный редактор Закшевская Е.В., 2016 – электронная библиотека

3. Бройдо Л.В. Офисная оргтехника для делопроизводства и управления: учебник, 2017 - электронная библиотека

Интернет-ресурсы:

<http://www.garant.ru/> - Информационно-правовой портал «Гарант»

<http://www.consultant.ru/> - Компания «КонсультантПлюс»

<http://www.adme.ru> - Рекламный портал AdMe («ЭдМи»)

<http://www.artpatent.ru/ru/> - Авторское агенство «АртПатентъ»

<http://www.elk-marketing.ru/> - ELK-MARKETING. Блог о маркетинге. Новости, проблемы, понятия мира маркетинга и рекламы.

<http://www.media-planning.ru> Медиапланирование.RU: каталог агентств, статьи, исследования, программы

<http://www.neoflag.ru> - Рекламно-производственная компания полного цикла ООО «Новые Формы Рекламы»

<http://www.rada-reklama.ru> - Рекламное агентство полного цикла "РАДА-Реклама"

<http://www.inventech.ru/lib/reklama/> Центр Креативных Технологий

<http://linux.armd.ru> – Пакет свободного ПО для образовательных учреждений России

<http://hear.altlinux.ru> – Образовательные проекты

<http://www.intuit.ru> – Интернет Университет Информационных технологий

Дополнительные источники:

1. Мудров, А.Н. Основы рекламы: учебник / А.Н. Мудров. – М.: Магистр, 2013. – 397 с.
2. Алферов, А.В. Оргтехника в управлении / А.В. Алферов, В.С. Бренер, Л.Н. Качалина. – М.: Экономика, 2016. – 183 с.
3. Коцюбинский, А.О. Современный самоучитель работы в сети Интернет / А.О. Коцюбинский, С.В. Грошев. - пер. - М.: Триумф, 2013.-320 с.
4. Новиков, Ю.В. Локальные сети: архитектура, алгоритмы, проектирование: учебное пособие / Ю.В. Новиков, С.В. Кондратенко. - :М.: Издательство ЭЕОН, 2014. – 245 с.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Основная профессиональная образовательная программа обеспечивается учебно-методическими комплексами (УМК): лекционным материалом, методическими указаниями по проведению практических, семинарских занятий, методическими рекомендациями по выполнению самостоятельной работы, контрольно-измерительными материалами. Студенты имеют доступ к сети Интернет и библиотечному фонду. Образовательное учреждение предоставляет обучающимся возможность работы со справочно-правовыми системами и специальными программными продуктами.

При реализации профессионального модуля предусматривается учебная и производственная практика.

Учебная практика проводится на базе ОУ с использованием специальных программных продуктов.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

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

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой наличие высшего или среднего профессионального образования, соответствующего профилю преподаваемого модуля.

Инженерно-педагогический состав: наличие высшего или среднего профессионального образования соответствующего профилю преподаваемого модуля с обязательной стажировкой в профильных организациях не реже 1 – го раза в 3 года.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1.	Знает виды рекламной деятельности. Знает виды рекламных средств и средств распространения рекламы. Знает требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом. Взаимодействует с потенциальным потребителем рекламных услуг.	Интерпретация результатов наблюдения за обучающимися в процессе тренинга
ПК 1.2	Знает виды информационных материалов связей с общественностью. Взаимодействует с субъектами рекламного процесса. Выбирает и использовать различные средства распространения рекламы. Проводит основные мероприятия связей с общественностью.	Интерпретация результатов наблюдения за обучающимися в процессе тренинга
ПК 1.3.	Составляет финансовые и договорные документы.	Интерпретация результатов наблюдения за обучающимися в процессе деловой игры
ПК 1.4	Знает требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом. Знает правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг. Знает ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу	Экспертная оценка выполнения практических заданий
ПК 1.5.	Знает психологические особенности субъектов рекламного процесса и их взаимодействие. Умеет проводить собеседование, пользуясь методами убеждения при организации работы с заказчиком	Интерпретация результатов наблюдения за обучающимися в процессе тренинга
ПК 1.6.	Умеет применять средства связи. Знает основные средства оргтехники и требования безопасности труда. Использует вычислительные средства в рекламной деятельности	Экспертная оценка выполнения практических заданий

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.

Общие компетенции	Основные показатели оценки результатов	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ОК.01 Понимать сущность и социальную значимость будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	1. Демонстрирует понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии; 2. Демонстрирует устойчивый интерес к будущей профессии 3. Качественно выполняет профессиональную деятельность 4. Применяет знания на практике	Накопительное оценивание; Интерпретация результатов наблюдений за обучающимися

<p>ОК.02 Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов её достижения, определенных руководителем.</p>	<p>1. Понимает суть профессиональных задач; 2. Выбирает и применяет методы и способы решения профессиональных задач; 3. Умеет формулировать цель и задачи предстоящей профессиональной деятельности; 4. Умеет представить конечный результат деятельности в полном объеме</p>	<p>Экспертная оценка практической работы</p>
<p>ОК.03 Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы</p>	<p>1. Умеет определять проблему в профессионально ориентированных ситуациях; 2. Умеет планировать поведение в профессионально ориентированных проблемных ситуациях, вносить коррективы, контролировать ситуацию; 3. Отвечает за принятое решение</p>	<p>Экспертная оценка выполнения предпринимаемых действий по решению проблемы (инструкция)</p>
<p>ОК.04 Осуществлять поиск информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач</p>	<p>1. Извлекает и анализирует информацию из различных источников; 2. Владеет способами поиска и анализа информации; 3. Умеет самостоятельно работать с информацией; 4. Умеет пользоваться словарями, справочной литературой;</p>	<p>Интерпретация результатов деятельности обучающихся при анализе информации</p>
<p>ОК.05 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности</p>	<p>1. Понимает области применения различных компьютерных программ; 2. Владеет элементарными компьютерными навыками; 3. Работает с информационными справочно-правовыми системами 4. Выбирает компьютерную программу в соответствии с решаемой задачей 5. Использует ПО для решения профессиональных задач; 6. Пользуется электронной почтой, ресурсами локальных и глобальных информационных сетей</p>	<p>Экспертная оценка практических работ</p>
<p>ОК.06 Работать в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, клиентами</p>	<p>1. Использует конструктивные способы общения с коллегами, руководством, клиентами; 2. Грамотно ставит и задает вопросы; 3. Координирует свои действия с другими участниками общения; 4. Контролирует свое поведение, свои эмоции, настроение; 5. Умеет воздействовать на партнера общения и др. 6. Понимает общие цели.</p>	<p>Интерпретация результатов наблюдения за обучающимися в процессе обучения</p>

Разработчики:

Щерба М.Я. мастер п/о ГБПОУ КК АТАТС

Эксперты:

ИИ Дмянов
(место работы)

Иванов Иван
(занимаемая должность)

Дмянов С.О
(инициалы, фамилия)

ГБПОУ КК АТАТС
(место работы)

Иванов Иван
(занимаемая должность)

Посредов А.Ю
(инициалы, фамилия)