Частное профессиональное образовательное учреждение
Вологодский кооперативный колледж

Рабочая программа профессионального модуля

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Вологда - 2020

Рассмотрена на заседании цикловой комиссии
организация и технология ведения бизнеса
Протокол № *1* от *02.09.2020г.*
Председатель цикловой комиссии
_____ В.А. Груничева

Утверждаю
Зам. директора по учебной работе
_____ А.А. Дроздова

Согласовано:
зам.директора по методической работе
_____А.А. Русина

Организация-разработчик: ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

Разработчики: Сидорова Е.К., преподаватель ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС и потребностями рынка труда. Рекомендуется для использования в учебном процессе.

Генер. ООО „Корп. комм." _____ Алферьева ЕА
место работы, должность *подпись* *ФИО*

МП

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 101
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 124
5. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ 157

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01. Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее
3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

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

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

иметь практический опыт:

- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
- подготовки документации для регистрации авторских прав;

уметь:

- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;
- работать с рекламой в средствах массовой информации;
- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;
- проводить презентацию рекламного продукта;
- подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

знать:

- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
- основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;
- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
- основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты,
- регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;
- аспекты планирования рекламы;
- этапы принятия и реализации управленческих решений;
- классификацию целей менеджмента.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Всего – **321** час, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – **249** часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **166** часов;

самостоятельной работы обучающегося – **83** часа;

производственной практики (по профиль специальности) – **72** часа.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименование Разделов	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарных курсов					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная, часов
			Всего, часов	в т.ч. практические занятия, часов	в т.ч. курсовая работа часов	Всего, часов	в т.ч. курсовая, час		
ПК 4.1 -4.3	МДК. 04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	249	166	40	20	83	10	-	-
	Производственная практика (по профилю специальности)	72						-	72
	Всего:	321	166	40	20	83	10	-	72

2.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем		Содержание учебного материала и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Максим учебная нагрузка	Обязательная учебная нагрузка		Сам. работа	Уровень освоения
				Теор.	Практ.		
МДК 04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности							
Тема 1. Особенности организации рекламного бизнеса	**Содержание учебного материала:**						
	1	Критерии выбора месторасположения рекламных агентств.	3	2		1	2,3
	2	Способы и особенности создания рекламных агентств.	3	2		1	2,3
	3	Специфика работы рекламных агентств.	3	2		1	2,3
	4	Характеристика персонала рекламного агентства	3	2		1	2,3
	5	Специфика управления человеческими ресурсами в сфере сервиса и рекламном агентстве. Система методов управления	3	2		1	2,3
	6	Этапы формирования кадровой политики.	3	2		1	2,3
	7	Суть процесса подбора персонала.	3	2		1	2,3
	8	Пакет документов при трудоустройстве на работу.	3	2		1	2,3
	9	Текучесть кадров и факторы, на нее влияющие.	3	2		1	2,3
	Практические занятия						
	1	Семинарское занятие: Методика подбора кадров.	3		2	1	2,3
	2	Найм персонала и его адаптация.	3		2	1	2,3
	3	Построение организационной структуры рекламного агентства.	3		2	1	2,3
	4	Применение методов управления в конкретных ситуациях	3		2	1	2,3
	5	Разработка рекомендаций по управлению конфликтами в организации	3		2	1	2,3
Тема 2. Документы необходимые для открытия рекламного агентства.	**Содержание учебного материала:**						
	1	Перечень документов необходимых для открытия и ведения рекламного бизнеса.	3	2		1	2,3
	2	Обзор нормативно-правовых актов о рекламном бизнесе.	3	2		1	2,3
	3	Порядок лицензирования и сертификации рекламных услуг.	3	2		1	2,3
	4	Правила выбора названия рекламного агентства.	3	2		1	2,3
	Практические занятия						
	1	Формирование пакета документов для регистрации бизнеса.	3		2	1	2,3
Тема 3. Процесс управления в рекламном бизнесе.	**Содержание учебного материала:**						
	1	Стратегическое планирование.	3	2		1	2,3
	2	Миссия и цели рекламного агентства.	3	2		1	2,3

Цикл менеджмента	3	Анализ внешней среды. Анализ сильных и слабых сторон.	3	2		1	2,3
	4	Тактическое планирование.	3	2		1	2,3
	5	Оперативное планирование. Основные этапы реализации текущих планов.	3	2		1	2,3
	6	Информация в менеджменте и её виды. Коммуникация. Трансакционный анализ	3	2		1	2,3
	7	Деловое общение. Правила ведения бесед и совещаний.	3	2		1	2,3
	8	Техника телефонных переговоров.	3	2		1	2,3
	9	Мотивация, потребности и делегирование	3	2		1	2,3
	10	Контроль, его понятие. Этапы контроля. Виды контроля.	3	2		1	2,3
	11	Характеристика эффективного контроля. Итоговая документация по контролю	3	2		1	2,3
	Практические занятия						
	1	Разработка дерева целей в рекламном агентстве.	3		2	1	2,3
	2	Анализ внешней и внутренней среды	3		2	1	2,3
	3	Разработка мотивационной программы для работников рекламного бизнеса.	3		2	1	2,3
Тема 4. Организация рекламной кампании	**Содержание учебного материала:**						
	1	Планирование рекламной кампании.	3	2		1	2,3
	2	Цели рекламной кампании. Этапы разработки рекламной кампании.	3	2		1	2,3
	3	Представление плана рекламной кампании клиенту.	3	2		1	2,3
	Практические занятия						
	1	Определение стратегии рекламной кампании	3		2	1	2,3
	2	Определение этапов и сроков рекламной кампании	3		2	1	2,3
Тема 5. Производство рекламного продукта	**Содержание учебного материала:**						
	1	Этапы создания рекламы. Пути решения рекламной задачи.	3	2		1	2,3
	2	Производство рекламного продукта. Согласование концепции рекламного продукта с заказчиком.	3	2		1	2,3
	3	Презентация рекламного продукта.	3	2		1	2,3
	Практические занятия						
	1	Генерация идей по разработке товарного знака и слогана.	3		2	1	2,3
Тема 6. Управление процессом медиапланирования	**Содержание учебного материала:**						
	1	Медиапланирование и медиастратегия: сущность и особенности.	3	2		1	2,3
	2	Процесс медиапланирования и основные показатели	3	2		1	2,3
	3	Медиаплан. Контроль и оценка эффективности медиаплана.	3	2		1	2,3
	4	Ценообразование в области размещения рекламной продукции.	3	2		1	2,3
	5	Разработка плана-графика размещения рекламы.	3	2		1	2,3
	6	Представление медиаплана заказчику.	3	2		1	2,3

	Практические занятия						
	1	Решение задач по расчету индексов медиапланирования.	3		2	1	2,3
	2	Решение практических задач, направленных на совершенствование навыков медиапланирования.	3		2	1	2,3
Тема 7. Авторское право	**Содержание учебного материала:**						
	1	Понятие и нормативные источники авторского права.	3	2		1	2,3
	2	Объекты, субъекты и основные положения авторского права.	3	2		1	2,3
	3	Формы и способы защиты авторских прав.	3	2		1	2,3
	4	Авторское право в рекламе. Объекты авторского права в рекламе.	3	2		1	2,3
	5	Ответственность за нарушение авторских прав.	3	2		1	2,3
	6	Авторский договор. Фрилансеры.	3	2		1	2,3
	7	Оформление и подготовка документов на регистрацию авторских прав.	3	2		1	2,3
	8	Правила регистрации авторского права. Международная регистрация прав Copyright.	3	2		1	2,3
	Практические занятия						
	1	Формирование пакета документов, необходимых для регистрации авторских прав на рекламный продукт	3		2	1	2,3
Тема 8. Основные показатели деятельности рекламных агентств	**Содержание учебного материала:**						
	1	Понятие и экономическая характеристика основных показателей деятельности рекламных агентств.	3	2		1	2,3
	2	Рекламный бюджет. Общие положения о рекламном бюджете.	3	2		1	2,3
	3	Методы формирования рекламного бюджета.	3	2		1	2,3
	4	Планирование и разработка рекламного бюджета.	3	2		1	2,3
	Практические занятия						
	1	Расчёт затрат на производство рекламы.	3		2	1	2,3
	2	Определение размера рекламного бюджета по различным методикам.	3		2	1	2,3
Тема 9. Оценка эффективности рекламы	**Содержание учебного материала:**						
	1	Понятие эффективности рекламы и ее составляющие.	3	2		1	2,3
	2	Проблемы оценки эффективности рекламы.	3	2		1	2,3
	3	Экономическая эффективность и ее критерии.	3	2		1	2,3
	4	Рентабельность рекламы.	3	2		1	2,3
	5	Оценка эффективности видов и средств (носителей) рекламы.	3	2		1	2,3
	Практические занятия						
	1	Расчёт экономической эффективности рекламы.	3		2	1	2,3
	2	Оценка эффективности видов и средств (носителей) рекламы.	3		2	1	2,3

	3	Оптимизация рекламного бюджета.	3		2	1	2,3
Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ.04 **Примерная тематика домашних заданий:** – Ознакомиться с примерами реализованных рекламных компаний и подготовить сообщение – Сделать подборку материалов по рекламе объекта рекламы и подготовить отчёт – Подобрать медиа-планы российских и зарубежных компаний, и дать им оценку с позиции достигнутых медиа-параметров – Обзор расценок на услуги рекламных агентств на территории 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. – Подобрать материалы по бюджетам российских и зарубежных рекламодателей. Проанализировать их, определить предпочтения в выборе рекламных носителей, а также приоритеты по срокам проведения рекламных кампаний. – 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 РФ – Составить алгоритм процедуры регистрации товарного знака. – Провести обзор стоимости услуг по регистрации товарного знака.				**83**		
Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе **Примерная тематика курсовых работ:** – Анализ потребительских свойств рекламируемого объекта – Анализ состояния рынка – Анализ целевой аудитории для вывода на рынок нового товара (по заказу рекламодателя) – Разработка стратегии и тактики проведения рекламной кампании – Определение цели и концепции рекламной кампании – Выбор средств рекламы в соответствии с рекламной идеей – Составление предварительной сметы затрат на изготовление рекламного продукта – Составление плана-графика проведения рекламной кампании – Разработка и изготовление рекламного продукта (макет) – Определение эффективности рекламной кампании.				**20**		
Производственная практика (по профилю специальности) **Виды работ:** 1. Характеристика рекламной организации 2. Организация технологического процесса разработки и реализации рекламного продукта				**72**		
Всего			**321**	**106**	**40**	**83**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов: проектирования рекламной продукции, экономики и менеджмента; лабораторий: информационных и коммуникационных технологий, компьютерного дизайна, компьютерной графики и видеомонтажа, фотолаборатории;

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета: посадочные места по количеству обучающихся, рабочее место обучающегося с компьютером и комплектом лицензионного программного обеспечения, рабочее место преподавателя с компьютером и лицензионным программным обеспечением, электронные образовательные ресурсы; комплект учебно-методической документации; наглядные пособия, принтер, сканер, проектор, программное обеспечение общего и профессионального назначения, Интернет.

Технические средства обучения: калькуляторы, мультимедиапроектор / интерактивная доска, экран..

3.2 Информационное обеспечение обучения

а) Нормативно-правовые акты и издания:

1. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]: конституция: от 30.12.2008 N 6-ФКЗ / СПС «КонсультантПлюс» // ЗАО «КонсультантПлюс». – Электрон. текстовые дан. – Еженед. обновление.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) [Электронный ресурс] : фед. закон : от 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ (редакция от 31.01.2016 N 7-ФЗ) / СПС «КонсультантПлюс» // ЗАО «КонсультантПлюс». – Электрон. текстовые дан. – Еженед. обновление.
3. Трудовой кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : фед. закон : от 30.12.2001, № 197-ФЗ (в ред. от 03.07.2016) / СПС «КонсультантПлюс» // ЗАО «КонсультантПлюс». – Электрон. текстовые дан. – Еженед. обновление.

б) Основные источники

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450914
2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 431 с. — (Профессиональное образование). — Текст : непосредственный.
3. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Юрайт, 2020. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/466183
4. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Юрайт, 2020. — 552 с. — (Профессиональное образование). — Текст : непосредственный.
5. Зельдович, Б. З. Менеджмент в медиаиндустрии : учебник для среднего профессионального образования / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 293 с. — (Профессиональное образование). — Текст : непосредственный.

6. Зельдович, Б. З. Менеджмент в медиаиндустрии : учебник для среднего профессионального образования / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 293 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12565-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http:// urait.ru /bcode/457100

в) Дополнительные источники

1. Одинцов, А. А. Основы менеджмента : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 212 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04815-5. — URL : https://urait.ru/bcode/454270
2. Менеджмент: методы принятия управленческих решений : учебное пособие для среднего профессионального образования / П. В. Иванов [и др.] ; под редакцией П. В. Иванова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 276 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13050-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https:// urait.ru /bcode/448872

г) Интернет ресурсы

№ п/п	Наименование ресурса	Электронный адрес
1.	Журнал «Менеджмент в России и за рубежом»	http://www.mevriz.ru/
2.	Журнал «Российский журнал менеджмента»	http://www.rjm.ru/
3.	Журнал «Новый менеджмент»	http://www.new-management.info/
4.	Журнал «Практика рекламы»	https://www.prosmi.ru/magazin/practic/arj
5.	Информационно-справочный портал «Индустрия рекламы»	https://adindustry.ru/resources

3.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Занятия проводятся в учебных аудиториях и лабораториях, оснащенных необходимым учебным, методическим, информационным, программным обеспечением.

В преподавании используются лекционно-семинарские формы проведения занятий, практикум, информационно-коммуникационные технологии, игровые технологии, тренинги.

Консультационная помощь студентам осуществляется в индивидуальной и групповой формах.

Максимальный объем учебной нагрузки обучающегося составляет 54 академических часа в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы по освоению основной профессиональной образовательной программы.

При изучении данного модуля необходимо постоянно обращать внимание на то, как практические навыки и изученный теоретический материал могут быть использованы в будущей практической деятельности. При выборе методов обучения предпочтение следует отдавать тем, которые способствуют лучшему установлению контакта с обучающимися и лучшему усвоению ими материала.

В целях реализации компетентностного подхода в образовательном процессе предусматривается использование активных и интерактивных форм проведения занятий (деловых игр, разбора конкретных ситуаций и т.п.) в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.

При освоении студентами профессиональных компетенций в рамках профессионального

модуля предусматривается производственная практика.

Освоению данного модуля предшествует изучение общепрофессиональных дисциплин: Экономика организации, Психология рекламной деятельности, Маркетинговые исследования рынка, Социальная реклама, Предпринимательство.

3.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу и профессиональному модулю: высшее профессиональное образование, соответствующее профилю преподаваемого междисциплинарного курса и профессионального модуля.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся сформированность профессиональных компетенций

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	– демонстрация навыков планирования собственной работы в составе коллектива	Наблюдение и экспертная оценка на практических занятиях, при решении ситуационных задач и в процессе практики, выполнение заданий экзамена квалификационного.
ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	– демонстрация навыков осуществления самоконтроля при изготовлении рекламной продукции в соответствии с рекламной идей	Наблюдение и экспертная оценка на практических занятиях, при решении ситуационных задач и в процессе практики, выполнение заданий экзамена квалификационного.
ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	– демонстрация навыков подготовки документов для регистрации авторского права на рекламный продукт	Наблюдение и экспертная оценка на практических занятиях, при решении ситуационных задач и в процессе практики, выполнение заданий экзамена квалификационного.

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.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	– демонстрация интереса к будущей профессии; – активность посещения - занятий, производственной практики; – активность участия в профессиональных конкурсах, семинарах, других мероприятиях.	Наблюдение и экспертная оценка на практических занятиях, при решении ситуационных задач и в процессе практики, выполнение заданий экзамена квалификационного.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	– обоснование постановки цели, выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области исследования рынка рекламных услуг; – демонстрация аргументированности выбора разработки рекламных продуктов; – демонстрация умения рационального распределение времени на все этапы работы, – демонстрация умения самостоятельно обнаруживать допущенные ошибки, своевременность коррекции деятельности на основе результатов самооценки;	Наблюдение и экспертная оценка на практических занятиях, при решении ситуационных задач и в процессе практики, выполнение заданий экзамена квалификационного.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	– демонстрация способности принятия решений стандартных и нестандартных профессиональных задач в области разработки рекламных продуктов; – демонстрация способности анализировать возможные варианты и обоснования их выбора	Наблюдение и экспертная оценка на практических занятиях, при решении ситуационных задач и в процессе практики, выполнение заданий экзамена квалификационного.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	– - демонстрация навыков нахождение и использование информации для эффективного выполнения – профессиональных задач, профессионального и личностного развития;	Наблюдение и экспертная оценка на практических занятиях, при решении ситуационных задач и в процессе практики, выполнение заданий экзамена квалификационного.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	– - демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	Наблюдение и экспертная оценка на практических занятиях, при решении ситуационных задач и в процессе практики, выполнение заданий экзамена квалификационного.
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	– -самоанализ и коррекция результатов собственной работы; – -демонстрация способности взаимодействия с обучающимися, преподавателями в ходе обучения; – -адекватная оценка собственной деятельности внутри коллектива;	Наблюдение и экспертная оценка на практических занятиях, при решении ситуационных задач и в процессе практики, выполнение заданий экзамена квалификационного.
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	– - проявление ответственности за выполнение своей работы; – - демонстрация умения организовывать себя и подчиненных брать ответственность за результат выполнения заданий;	Наблюдение и экспертная оценка на практических занятиях, при решении ситуационных задач и в процессе практики, выполнение заданий экзамена квалификационного.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	– - демонстрация умения своевременно и качественно выполнять работу; – – планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня;	Наблюдение и экспертная оценка на практических занятиях, при решении ситуационных задач и в процессе практики, выполнение заданий экзамена квалификационного.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены	– поиск инноваций в рекламной деятельности;	Наблюдение и экспертная оценка на практических

технологий в профессиональной деятельности.	– проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности;	занятиях, при решении ситуационных задач и в процессе практики, выполнение заданий экзамена квалификационного.
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	– демонстрация навыков владения основами предпринимательской деятельности в профессиональной сфере;	Наблюдение и экспертная оценка на практических занятиях, при решении ситуационных задач и в процессе практики, выполнение заданий экзамена квалификационного.
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	– демонстрация навыков владения экологической, информационной и коммуникативной культурой.	Наблюдение и экспертная оценка на практических занятиях, при решении ситуационных задач и в процессе практики, выполнение заданий экзамена квалификационного.

5. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

По итогам изучения профессионального модуля предусмотрен экзамен по междисциплинарному курсу и экзамен квалификационный по профессиональному модулю. Для экзамена по междисциплинарному курсу экзаменационные билеты состоят из 2-х теоретических вопросов и 1-го практического задания.

Примерный перечень теоретических вопросов для подготовки к экзамену по МДК

1. Охарактеризуйте рекламный менеджмент: понятие и принципы
2. Раскройте классификацию управленческой деятельности в сфере рекламы
3. Опишите процесс рекламной активности предприятия
4. Охарактеризуйте субъекты рекламного рынка
5. Охарактеризуйте процесс выбора рекламного агентства
6. Охарактеризуйте взаимодействие рекламодателя и рекламного агентства
7. Опишите процесс смены рекламного агентства
8. Опишите процесс управления исполнением заказов в рекламном агентстве
9. Охарактеризуйте взаимодействие рекламодателя со средствами массовой информации
10. Охарактеризуйте взаимодействие рекламного агентства со средствами массовой информации
11. Охарактеризуйте процесс планирования рекламной деятельности
12. Опишите процесс организации рекламной деятельности
13. Раскройте функцию координации рекламной деятельности
14. Раскройте функцию контроля рекламной деятельности
15. Опишите процесс управления персоналом в рекламном бизнесе

16. Раскройте понятие и типы рекламных кампаний
17. Опишите характеристики успешных рекламных кампаний
18. Раскройте процесс планирования рекламных кампаний
19. Охарактеризуйте стратегии позиционирования в рекламе
20. Раскройте важность информации для создания рекламного проекта
21. Опишите процесс исследований в сфере рекламы: типы, задачи, направления
22. Раскройте содержание сметы затрат на рекламу
23. Охарактеризуйте методы определения рекламных бюджетов
24. Охарактеризуйте методы распределения рекламных бюджетов
25. Охарактеризуйте математические модели в рекламной деятельности
26. Раскройте экономическую эффективность рекламной деятельности
27. Раскройте коммуникативную эффективность рекламной деятельности
28. Охарактеризуйте факторы, влияющие на эффективность рекламной кампании
29. Раскройте причины снижения эффективности рекламы
30. Охарактеризуйте методы оценки стоимости бренда
31. Охарактеризуйте методы оценки интегрированности маркетинговых коммуникации
32. Раскройте процесс медиапланирования: понятие, задачи, место в рекламном процессе
33. Раскройте понятия медиации и медиастратегии.
34. Раскройте процесс исследований в медиапланировании
35. Охарактеризуйте особенности медиаисследований для различных рекламных средств
36. Охарактеризуйте основные медиахарактеристики (рейтинг, охват, GPR)
37. Охарактеризуйте способы оценки медиааудитории
38. Охарактеризуйте правила выбора медиасредств для рекламной кампании
39. Опишите экономические характеристики и оптимизацию размещения рекламных сообщений (CPP, CPT)
40. Охарактеризуйте концепции эффективной частоты
41. Охарактеризуйте концепция Resensy
42. Охарактеризуйте этапы медиапланирования
43. Раскройте содержание медиаплана
44. Раскройте программное обеспечение для медиапланирования

Примерный перечень практических заданий
для подготовки к экзамену по МДК

1. Проведите расчеты и проанализируйте коммерческую эффективность рекламной кампании
2. Проанализируйте ситуацию с точки зрения исполнения законодательства о рекламе.
3. Рассчитайте плату за размещение объектов наружной рекламы.
4. Определите эффективность проводимых рекламных мероприятий, исходя из следующих данных.
5. Рассчитайте дополнительный товарооборот под воздействием рекламы, экономический эффект от рекламной кампании и рентабельность рекламы.

Критерии оценивания результатов экзамена по МДК

Оценка «Отлично» - ставится, если студент ответил на все вопросы, обосновал каждый свой ответ. Допустимы 1,2 несущественные ошибки.

Оценка «Хорошо» - ставится, если студент выполнил одно теоретическое и одно практическое задание, обосновал каждый свой ответ. Допустимы 1,2 несущественные ошибки.

Оценка «Удовлетворительно» - ставится в том случае, когда студент допускает ошибки в изложении основных понятий (законов, идей, теорий); в ситуации знания и умения применяются при помощи преподавателя.

Оценка «Неудовлетворительно» - выставляется в том случае, когда студент допускает существенные ошибки и не может их исправить с помощью преподавателя.

Для экзамена квалификационного экзаменационные билеты составлены в форме ситуаций, для решения которых необходимы знания теоретических вопросов, умение решать

Пример ситуации для экзамена квалификационного

К вам обратился клиент - владелец ООО «Настоящее мясо», являющийся новым производителем колбасных продуктов в регионе, желающий продвинуть продукт на рынок, используя не менее трех видов рекламы, чтобы привлечь максимальное количество клиентов. Допустимые расходы на рекламу составляют 100 тыс. рублей. Длительность кампании 1 неделя. Средняя стоимость единицы продукции - 100 рублей

№	Вид рекламы	Затраты (руб)	Число запросов на продукцию
1	Печатная (1000 листовок)	850	25
2	В прессе (10 $см^2$) (не более 5 печатных издания, периодичность - раз в неделю)	1000	30
3	Аудиовизуальная (15 сек. ролик, повторение 5 раз в день)	1300	27
4	Радиореклама (15 сек. объявление 10 раз в день)	1500	95
5	Телереклама (1 мин)	2200	60
6	Интернет (плата за день за объявление на сайте)	1400	15

1. Разработайте общую стратегию рекламы: цели, охват аудитории, предмет рекламы, концепция товара (конкурентное преимущество, имидж, индивидуальность товара, позиционирование товара).
2. Вам потребуется менеджер по рекламе. Составьте анкету для отбора кандидатов на эту должность.
3. Выработайте стратегию выбора каналов рекламных коммуникаций (график размещения рекламы, рекламный бюджет).
4. Какие методы управления вы будете использовать при проведении рекламной кампании.
5. Во время проведения рекламной кампании у вас возникла необходимость зарегистрировать авторское право на логотип рекламируемого вами товара — заполните все необходимые документы. Плату за регистрацию авторского права необходимо включить в бюджет рекламы (7000 рублей).

Критерии оценивания результатов экзамена квалификационного

Оценка «Отлично» выставляется при условии, если обучающийся демонстрирует логичность изложения, грамотность подачи материала, полноту представления фактических материалов, их всесторонний анализ, аргументированность выводов. Материал, иллюстрирующий

выполненную работу, умело использован. Ответ на экзамене квалификационном раскрывает содержание ситуации, даны четкие ответы на вопросы членов комиссии.

Оценка «Хорошо» выставляется при условии, если ответ обучающегося логически верный, при достаточной глубине раскрытия темы, однако имеются некоторые погрешности, не носящие принципиального характера. Ответы получены в основном на все вопросы членов комиссии.

Оценка «Удовлетворительно» выставляется при условии, если ответ обучающегося неполный, выводы расплывчаты, не конкретны и не обоснованы. Ответы получены не на все вопросы членов комиссии.

Оценка «Неудовлетворительно» выставляется при условии, если ответ обучающегося неполный. Задания выполнены поверхностно, компилятивно. Ответы получены не на все вопросы членов комиссии.