Частное профессиональное образовательное учреждение

Вологодский кооперативный колледж

Программа профессионального модуля

ПМ 05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (агент рекламный)

42.02.01. Реклама

Форма обучения: очная

Вологда - 2020

Рассмотрена на заседании цикловой комиссией
Организации и технологии ведения бизнеса
Протокол № 1 от «02» сентября 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: Груничева В.А., 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 СПО и потребностями рынка труда. Рекомендуется для использования в учебном процессе.

Ген. дир. ООО "Ком компания" _____ Агафонова Е.А.
место работы, должность *подпись* *ФИО*

МП

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 5
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 6
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....10
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) 12
6. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ..15

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (агент рекламный)

1.1 Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01. Реклама** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов
2. Вести переговоры с заказчиками
3. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг
4. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком
5. Опираться при работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг
6. Составлять и оформлять тексты простых рекламных объявлений
7. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образования (в программах повышения квалификации и переподготовки работников в области дизайна и создания рекламной продукции).

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:

- осуществления деятельности по поиску и привлечению клиентов.
- осуществления в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.
- контакта с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.
- использования компьютерных технологий для обработки текстовой информации.

уметь:

- оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.
- вести переговоры с заказчиками.
- использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.
- контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.
- составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.
- работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.

знать:

- правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг.
- приемы создания и обработки изображений.
- современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы.

1.3 Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля

Всего **216** часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – **108** часа, включая:

обязательной аудиторной нагрузки обучающегося – **72** часов;

самостоятельной работы обучающегося – **36** часов;

производственной практики на предприятии – **108** часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности «Выполнение работ по профессии агент рекламный», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 5.1.	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов
ПК 5.2.	Вести переговоры с заказчиками
ПК 5.3.	Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг
ПК 5.4.	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком
ПК 5.5.	Опираться при работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг
ПК 5.6	Составлять и оформлять тексты простых рекламных объявлений
ПК 5.7	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1 Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
Раздел 1. Организация деятельности агента рекламного									
ПК 5.1 – 5.7	МДК.05.01. Организация работ по профессии агент рекламный	**108**	**72**	12		**36**			-
ПК 5.1 – 5.7	**Производственная (по профилю специальности) практика на предприятии**	**108**							-
	Всего:	**216**	**72**	12		**36**			**108**

3.2 Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)		Максим. кол-во часов	Обязательное кол-во часов		Сам. работа	Уровень освоения
				Теор.	ПЗ		
МДК.05.01. Организация работ по профессии агент рекламный			**108**	**60**	**12**	**36**	
Тема 1. Основы организации рекламной деятельности предприятий	**Содержание:**						
	1.	Виды рекламной деятельности и их классификация. Особенности рекламной деятельности учреждений, предприятий, фирм. Виды рекламных агентств, особенности их деятельности.	3	2		1	2
	2.	Рекламные услуги. Виды рекламных услуг. Классификация рекламных услуг	3	2		1	2
	3.	Законодательство Российской Федерации о рекламе. Международный кодекс рекламной практики.	3	2		1	2
	4.	Договорное право.	3	2		1	2
	5.	Документационное сопровождение рекламного заказа.					2
	Практические занятия:						
	1.	ПР № 1. Составление контракта (договора) на оказание рекламных услуг	3		2	1	3
	2.	ПР № 2. Оформление необходимой финансовой документации при оказании рекламных услуг. Составление отчетности	3		2	1	3
Тема 2. Основные средства маркетинговых коммуникаций	**Содержание:**						
	1.	ATL-реклама: понятие, средства	3	2		1	2
	2.	BTL-реклама: понятие, средства	3	2		1	2
	Практические занятия:						
	1.	ПР № 3. Сделать подборку материалов по рекламе для различных типов предприятий	3		2	1	3
Тема 3. Процесс производства рекламного продукта	**Содержание:**						
	1.	Системное программное обеспечение для производства рекламного продукта	3	2		1	2

	2.	Прикладное программное обеспечение для производства рекламного продукта	3	2		1	2
	3.	Поиск различных рекламных идей	3	2		1	2
	4.	Техника для производства рекламного продукта	3	2		1	2
	5.	Особенности размещения печатной рекламы	3	2		1	2
	6.	Особенности размещения рекламы с помощью прямой почтовой рассылки	3	2		1	2
	7.	Размещение рекламных сообщений с помощью различных видов теле-, радио-рекламы.	3	2		1	2
	8.	Особенности размещения различных видов наружной рекламы	3	2		1	2
	9.	Особенности эффективного размещения рекламы на выставках	3	2		1	2
	10.	Интернет-реклама и особенности её размещения	3	2		1	2
	11.	Размещение рекламы на рекламных мероприятиях					
	12.	Контактирование со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы	3	2		1	2
	13	Рекламные акции: виды и целесообразность	3	2		1	2
	14	Рекламные кампании. Порядок размещения и сопровождения заказа.	3	2		1	2
	Практические занятия:						
	1.	ПР № 4. Составление текста и макета рекламного объявления	3		2	1	3
Тема 4. Деловое общение	**Содержание:**						
	1.	Пути и способы поиска и привлечения клиентов для рекламного агентства	3	2		1	2
	2.	Психологические особенности рекламного воздействия. Типы клиентов	3	2		1	2
	3.	Способы построения доверия и фокусировки внимания у заказчика	3	2		1	2
	4.	Презентация рекламного предложения	3	2		1	2
	5.	Техника работы с возражениями	3	2		1	2
	6.	Проведение телефонных переговоров	3	2		1	2
	7.	Стратегия переговоров о цене	3	2		1	2
	8.	Бриф на разработку рекламы	3	2		1	2
	9.	Решение с заказчиком вопросов по производству рекламного	3	2		1	2

		продукта					
	Практические занятия:						
	1.	ПР № 5. Составление брифа рекламного продукта	3		2	1	3
	2.	ПР № 6. Ролевая игра «Переговоры с заказчиком»	3		2	1	3
Самостоятельная работа по разделу ПМ 05 **Примерная тематика домашних заданий:** – Выучить основные понятия и определения – Составить опорный конспект по теме – Ответить на контрольные вопросы по теме – Подготовиться к практической работе – Составить отчет по практической работе – Подготовиться к промежуточной аттестации и различным видам контроля знаний					**36**		
Производственная (по профилю специальности) практика на предприятии **Виды работ:** – Выбирать творческую стратегию реализации комплексных рекламных проектов – Создавать сценарии и рекламные тексты – Осуществлять поиск оптимальных технологий для реализации рекламного проекта					**108**		
		Всего:	**216**	**60**	**12**	**36**	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля требует наличия учебных кабинетов: проектирования рекламного продукта шрифтовой и художественной графики, лабораторий: компьютерного дизайна, информатики и вычислительной техники, информационных и коммуникационных технологий.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета: рабочие места по количеству обучающихся; учебная литература; справочные нормативные документы.

Технические средства обучения: персональные компьютеры, обеспеченные выходом в Internet, мультимедиапроектор / интерактивная доска, экран, специализированное программное обеспечение, сканер, принтер.

4.2 Информационное обеспечение обучения

Нормативно-правовые акты

1. Российская Федерация. Конституция. Конституция Российской Федерации : (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ) – Текст : электронный // СПС «КонсультантПлюс» : [сайт] / ООО «КонсультантПлюс». – Еженедельное обновление. – URL: https://www.consultant.ru.
2. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30 ноября 1994 года № 51-ФЗ (в ред. Постановлением Конституционного Суда РФ от 03.07.2019 № 26-П) – Текст : электронный // СПС «КонсультантПлюс» : [сайт] / ООО «КонсультантПлюс». – Еженедельное обновление. – URL: https://www.consultant.ru.
3. Российская Федерация. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ – Текст : электронный // СПС «КонсультантПлюс» : [сайт] / ООО «КонсультантПлюс». – Еженедельное обновление. – URL: https://www.consultant.ru.
4. Российская Федерация. Законы. О рекламе: фед. закон: от 13.03.2006, №38-ФЗ / – Текст : электронный // СПС «КонсультантПлюс» : [сайт] / ООО «КонсультантПлюс». – Еженедельное обновление. – URL: https://www.consultant.ru.

Основные источники:

1. Бялт, В. С. Правовые основы профессиональной деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. С. Бялт. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 302 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09968-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/453281
2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2019. — 431 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — Текст : непосредственный.

Дополнительные источники

1. Бороздина, Г. В. Психология общения : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общей редакцией Г. В. Бороздиной. — Москва : Юрайт, 2020. — 463 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00753-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450947
2. Жернакова, М. Б. Деловое общение : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — Москва : Юрайт,

2020. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07978-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/455816

3. Корягина, Н. А. Психология общения : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Корягина, Н. В. Антонова, С. В. Овсянникова. — Москва : Юрайт, 2020. — 437 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00962-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450805
4. Лавриненко, В. Н. Психология общения : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышова ; под редакцией В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой. — Москва :Юрайт, 2020. — 350 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9324-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451052
5. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Юрайт, 2020. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/456619
6. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Юрайт, 2020. — 141 с. — (Профессиональное образование). — Текст : непосредственный.
7. Этика и психология профессиональной деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. И. Рогов [и др.] ; под общей редакцией Е. И. Рогова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва :Юрайт, 2020. — 510 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11054-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/456623

Интернет ресурсы:

№ п/п	Наименование ресурса	Электронный адрес
1.	Правовое регулирование рекламной деятельности	http://biblioclub.ru
2.	Ассоциация коммуникативных агентств России	http://www.akarussia.ru
3.	Всемирная газетная ассоциация	http://www.wan-press.ru/
4.	Гильдия издателей периодической печати	www.gipp.ru
5.	Институт развития прессы	www.pdi.ru
6.	Интерньюс	http://www.internews.ru/
7.	Медиасоюз	www.ms.ru

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

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.

Максимальный объем аудиторной учебной нагрузки при очной форме получения образования составляет 36 академических часов в неделю.

Практика является обязательным разделом профессионально модуля. Она представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку

обучающихся. При реализации ПМ предусматривается производственная практика (по профилю специальности).

Практика по профилю специальности организуется в предприятиях рекламного бизнеса на основе прямых договоров, заключенных между учебным заведением и предприятиями в течение 3 недели (1082 часов).

Цели и задачи, программы и формы отчетности практики по профилю специальности определяются колледжем.

Аттестация по итогам производственной практики проводится с учетом (или на основании) результатов, подтвержденных документами соответствующих организаций.

Профессиональные дисциплины, изучение которых должно предшествовать освоению данного профессионального модуля: «Информатика», «Психология общения».

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта».

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин.

5. 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 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов	– применять основные правила и нормы поведенческого этикета.	Выполнение и защита практических работ. Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по производственной практике
ПК 5.2. Вести переговоры с заказчиками	– демонстрация навыков по продуктивной коммуникации; – четкое соблюдение деловой этики.	Выполнение и защита практических работ. Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по производственной практике
ПК 5.3. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг	– демонстрация навыков по продуктивной коммуникации; – четкое соблюдение деловой этики.	Выполнение и защита практических работ. Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по производственной практике

ПК 5.4. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком	– точность и грамотность оформления договорной и финансовой документации.	Выполнение и защита практических работ. Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по производственной практике
ПК 5.5. Опираться при работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг	– обоснованный выбор правовых источников, регулирующих взаимоотношения по оказанию услуг	Выполнение и защита практических работ. Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по производственной практике
ПК 5.6. Составлять и оформлять тексты простых рекламных объявлений	– содержательность и грамотность составления и оформления простых текстов рекламных объявлений.	Выполнение и защита практических работ. Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по производственной практике
ПК 5.7. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя	– демонстрация навыков по продвижению товаров; – четкое соблюдение деловой этики.	Выполнение и защита практических работ. Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по производственной практике

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	Наблюдение и оценка на занятиях при выполнении работ
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	– выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области создания рекламного продукта – оценка эффективности и качества выполнения	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по производственной практике
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях	– решение стандартных и нестандартных задач и ситуаций в области создания	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по производственной

и нести за них ответственность.	рекламного продукта	практике
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	– эффективный поиск необходимой информации – использование различных источников, включая электронные	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по производственной практике
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	– взаимодействие со студентами, преподавателями – использование различных источников, включая электронные	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по производственной практике
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	– взаимодействие со студентами, преподавателями – проявлять организаторские и управленческие навыки	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по производственной практике
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	– взаимодействие со студентами, преподавателями – проявлять организаторские и управленческие навыки – организация работы трудового коллектива	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по производственной практике
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	– организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по производственной практике
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	– следить за научно-техническим прогрессом в области проектирования рекламного продукта	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по производственной практике
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями	– знание норм законодательства о рекламе в стране и в мире – ориентироваться в ситуации	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по производственной практике

предпринимательства в профессиональной деятельности.	в стране и в отрасли	
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	– использование различных источников информации – соотношение понятий и слов иностранного происхождения	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по производственной практике

6. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

По итогам изучения профессионального модуля предусмотрены экзамен по междисциплинарному курсу и квалификационный экзамен по профессиональному модулю. Для экзамена по междисциплинарному курсу экзаменационные билеты состоят из двух теоретических заданий и одного практических заданий. Для квалификационного экзамена экзаменационные билеты составлены в форме ситуаций, для решения которых необходимы знания теоретических вопросов, умение решать практические задачи.

Оснащение демонстрационного экзамена: персональные компьютеры по количеству обучающихся с необходимым программным обеспечением.

Перечень теоретических вопросов для экзамена по МДК

1. Приведите примеры стандартных возражений клиентов и рекомендуемой на них реакции.
2. Дайте определение «Рекламный продукт».
3. Расскажите о правилах ведения телефонных переговоров.
4. Дайте определение «Медиабаинговое агентство».
5. Расскажите о правилах оформления договора на оказание рекламных услуг.
6. Дайте определение «Бриф» и назовите 3 основных базы составления брифа.
7. Расскажите о роли посредника в рекламной коммуникации.
8. Расскажите о технологии создания рекламного продукта.
9. Назовите способы получения информации от заказчика для заполнения брифа.
10. Дайте определение «Медиаселлинг».
11. Распишите общий план наличия пунктов договора.
12. Расскажите о процессе производства печатной рекламы.
13. Назовите основные преимущества использования брифа.
14. Расскажите об особенностях телевизионной рекламы.
15. Расскажите о требованиях к разработке рекламного объявления.
16. Расскажите об основных условиях и правилах составления счета на оплату.
17. Назовите основное программное обеспечение для производства рекламного продукта и дайте их характеристику.
18. Расскажите об основных условиях и правилах составления акта сдачи-приемки оказанных услуг.
19. Перечислите и опишите ключевые моменты при создании рекламного продукта.
20. Расскажите об особенностях и правилах создания рекламного текста.
21. Назовите основные и наиболее важные пункты брифа, на которые рекламодателю необходимо обратить внимание.
22. Расскажите об особенностях наружной рекламы.

23. Расскажите об основной цели брифа.
24. Назовите основные виды акций и распишите их.
25. Расскажите об основных условиях и правилах составления дополнительного соглашения.
26. Расскажите об особенностях интернет-рекламы
27. Изобразите обобщенную формулу рекламного продукта
28. Расскажите об особенностях рекламы в прессе
29. Расскажите о процессе производства теле-радио рекламы
30. Расскажите о типах сценариев в рекламных роликах
31. Назовите основные правила для эффективного общения по телефону
32. Расскажите об особенностях радиорекламы
33. Расскажите об особенностях рекламы в прессе
34. Расскажите о трех главных моментах при построении (создании) рекламного продукта
35. Расскажите об особенностях интернет-рекламы
36. Назовите основные этапы ведения телефонных переговоров и их особенности
37. Расскажите о требованиях к разработке рекламного объявления
38. Распишите все этапы технологии создания рекламного продукта
39. Дайте характеристику промо-акций с коммуникацией и приведите примеры
40. Назовите известные вам виды печатной рекламы
41. Дайте характеристику промо-акций с вероятным подарком и приведите примеры
42. Расскажите, чем объясняются стремительные темпы развития Интернет-рекламы
43. Дайте характеристику промо-акций с гарантированным выигрышем и приведите примеры
44. Перечислите основные виды наружной рекламы.
45. Расскажите об игровых приемах при составлении рекламного текста.
46. Расскажите, в чем заключаются особенности радио как средства рекламы.
47. Расскажите о нетрадиционных методах рекламы и приведите примеры.
48. Расскажите о всех возможных типах рекламы рекламного продукта.
49. Назовите основные требования к рекламным текстам и иллюстрациям.
50. Назовите основные виды мероприятий, относящихся к промо-акциям с коммуникацией и о трех из них расскажите более подробно.
51. Дайте определение «Прямая реклама» и приведите примеры.
52. Назовите основные виды мероприятий, относящихся к промо-акциям с вероятным подарком и о трех из них расскажите более подробно.
53. Расскажите о BTL-технологиях в рекламе и приведите примеры.
54. Назовите основные виды мероприятий, относящихся к промо-акциям с гарантированным выигрышем и о трех из них расскажите более подробно.
55. Назовите цели рекламной кампании.
56. Назовите правила, которые помогут вам при составлении рекламных текстов.

Пример(ы) практических заданий (ситуаций) для подготовки к экзамену по МДК

1. Составьте рекламное обращение для сети магазинов бытовой техники.
2. Создайте графическое сопровождение рекламного сообщения – эскизы.
3. Создайте рекламную печатную листовку.
4. Составьте бриф на рекламный текст.
5. Выберите виды рекламы и средства её размещения.
6. Разработайте и выберите средства распространения рекламы.
7. Придумайте Интернет-рекламу для товара.

8. Разработайте рекламную листовку PR- сообщения.
9. Создайте рекламное сообщение об образовательном учреждении для публикации в печатном СМИ, демонстрации на телевидении.
10. Создайте сценарий радиоролика.
11. Разработайте и создайте макет коммерческого предложения.
12. Разработайте пиар-кампанию. Обоснуйте цели.
13. Разработайте план рекламной кампании. Обоснуйте цели.
14. Проанализируйте размещение рекламы в предложенном журнале.
15. Создайте макет рекламной статьи для сети магазинов.
16. Создайте макет визитки/листовки для сети магазинов.
17. Создайте сценарий телевизионного рекламного ролика для сети магазинов бытовой техники.
18. Разработайте сценарий рекламного аудиоспота для развлекательного комплекса.
19. Разработайте материалы пиар-кампании.
20. Разработайте рекламный модуль в журнале для продвижения продукции предприятия.
21. Разработайте и создайте дизайн рекламного баннера концерта.
22. Разработайте и создайте дизайн рекламного объявления туристической фирмы.
23. Изучите медиаплан (медиалист) фирмы. Проведите его анализ и предложите меры по корректировке.
24. Разработайте слоган для выбранного предприятия или товара.
25. На примере известного бренда раскройте его особенности и значение.
26. Разработайте рекламный персонаж.
27. Разработайте мероприятия по продвижению спортивных событий, мероприятий, брендов.

Критерии оценивания экзамена по МДК

Оценка «5» («отлично») выставляется при условии, если обучающийся:

- полно и правильно излагает теоретический вопрос;
- усвоил взаимосвязь основных понятий;
- выделяет главные положения, легко дает ответы на видоизмененные вопросы;
- понял смысл предложенного практического задания, полно и правильно выполнил его;
- проявил высокий уровень всех требующихся для выполнения заданий знаний.

Оценка «4» («хорошо») выставляется при условии, если обучающийся:

- правильно изложил теоретический вопрос, но недостаточно полно или допустил незначительные неточности;
- приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия;
- понял смысл предложенного практического задания, выполнил правильно, но недостаточно полно, легко устраняет замеченные учителем недостатки.

Оценка «3» («удовлетворительно») выставляется при условии, если обучающийся:

- знает основной учебно-программной материал, но испытывает затруднения при его самостоятельном воспроизведении и требует дополнительных уточняющих вопросов учителя;
- понятия определяются, но не всегда четко и правильно;
- понял смысл предложенного практического задания только после дополнительных вопросов, предложенных экзаменаторами. При этом на поставленные вопросы ответил не вполне правильно и полно, но подтвердил ответами понимание вопросов и

продемонстрировал отдельные требующиеся для выполнения заданий знания и умения.

Оценка «2» («неудовлетворительно») выставляется при условии, если обучающийся:

- имеет отдельные представления о материале;
- отсутствуют определения ключевых понятий;
- в ответе на теоретический вопрос допускает грубые ошибки;
- не понял смысла предложенного практического задания, выполнил его при помощи экзаменатора, не продемонстрировал сформированность требующихся для выполнения заданий знаний и умений.

Пример(ы) практических заданий (ситуаций) по квалификационному экзамену

1. Составьте рекламное обращение для сети магазинов бытовой техники
2. Создайте графическое сопровождение рекламного сообщения – эскизы
3. Создайте рекламную печатную листовку
4. Составьте бриф на рекламный текст
5. Выберите виды рекламы и средства её размещения
6. Разработайте и выберите средства распространения рекламы
7. Придумайте Интернет-рекламу для товара
8. Разработайте рекламную листовку PR- сообщения
9. Создайте рекламное сообщение об образовательном учреждении для публикации в печатном СМИ, демонстрации на телевидении.
10. Создайте сценарий радиоролика
11. Разработайте и создайте макет коммерческого предложения
12. Разработайте пиар-кампанию. Обоснуйте цели
13. Разработайте план рекламной кампании. Обоснуйте цели
14. Проанализируйте размещение рекламы в предложенном журнале
15. Создайте макет рекламной статьи для сети магазинов
16. Создайте макет визитки/листовки для сети магазинов
17. Создайте сценарий телевизионного рекламного ролика для сети магазинов бытовой техники
18. Разработайте сценарий рекламного аудиоспота для развлекательного комплекса
19. Разработайте материалы пиар-кампании
20. Разработайте рекламный модуль в журнале для продвижения продукции предприятия
21. Разработайте и создайте дизайн рекламного баннера концерта
22. Разработайте и создайте дизайн рекламного объявления туристической фирмы
23. Изучите медиаплан (медиалист) фирмы. Проведите его анализ и предложите меры по корректировке
24. Разработайте слоган для выбранного предприятия или товара
25. На примере известного бренда раскройте его особенности и значение
26. Разработайте рекламный персонаж
27. Разработайте мероприятия по продвижению спортивных событий, мероприятий, брендов

Критерии оценивания результатов квалификационного экзамена

Оценка «5» («отлично») выставляется при условии, если задание выполнено в полном объеме, студент представил выполнение задания без погрешностей и замечаний, на все вопросы при защите задания дал правильные ответы

Оценка «4» («хорошо») выставляется при условии, если задание выполнено в полном объеме, студент представил выполнение задания с небольшими погрешностями, на защите задания затруднялся при ответах на некоторые вопросы, нуждался в уточняющих вопросах и подсказках со стороны преподавателя

Оценка «3» («удовлетворительно») выставляется при условии, если задание выполнено в соответствии с требованиями, студент представил выполнение задания с существенными погрешностями, неспособен правильно интерпретировать полученные результаты, на защите затруднялся и/или не ответил на большинство вопросов, нуждался в уточняющих вопросах и подсказках со стороны преподавателя

Оценка «2» («неудовлетворительно») выставляется при условии, если студент не выполнил задание, неспособен пояснить выполнение задания, не ответил ни на один контрольный вопрос на защите