

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**ПМ.04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ
ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 42.02.01 Реклама.

Разработчики: Кутуева Л.В., Чернянская И.В. преподаватели СПб ГБПОУ «Петровский колледж»

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	13
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	17

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

Рабочая программа профессионального модуля – является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее - ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области рекламы, графического дизайна при наличии среднего общего образования. Опыт работы не требуется.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта», в том числе профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 4.1.	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей
ПК 4.2.	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее
ПК 4.3.	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт
ОК 01	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 02	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 03	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 04	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 05	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 06	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 07	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 08	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 09	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

С целью овладения указанным видом деятельности и соответствующими профессиональными и общими компетенциями, обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен иметь практический опыт, умения и знания

Результаты (освоенные ПК и ОК)	Код и наименование практического опыта	Код и наименование умений	Код и наименование знаний
<p>ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей ОК1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес</p>	<p>ПО 4.1.1 Взаимодействия с субъектами рекламной деятельности</p>	<p>У 4.1.1. проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиками; У 4.1.2. работать с рекламой в средствах массовой информации;</p>	<p>З 4.1.1. аспекты планирования рекламы; З 4.1.2. этапы принятия и реализации управленческих решений; З 4.1.3. классификацию целей менеджмента</p>
<p>ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности ОК8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации ОК9. Быть готовым к смене технологий</p>	<p>ПО 4.2.1 планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта; ПО 4.2.2 контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;</p>	<p>У 4.2.1. составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта; У 4.2.2. проводить презентацию рекламного продукта;</p>	<p>З 4.2.1. Понятие конкуренции на рынке услуг и её роль. экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации; З 4.2.2. основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики; З 4.2.3. пути эффективного использования материальных трудовых и финансовых ресурсов;</p>

профессиональной деятельности			
ПК 4.3.Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт ОК 2.Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	ПО 4.3.1 подготовка документации для регистрации авторских прав	У 4.3.1 подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав.	З 4.3.1 основные законы и нормативные акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Коды профессиональных компетенций	Наименование профессионального модуля	Макс. учебная нагрузка	в т. ч. вариативных часов	Объем времени, отведенный на освоение профессионального модуля				Практика			
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Произв. (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			
1	2		4	5	6	7	8	9	10	11	
ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3	МДК 04.01. Раздел 1 Менеджмент	70		30	16		16				
ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3	МДК 04.01. Раздел 2 Экономические основы рекламной деятельности	70		64	10		30			72	
ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3	Производственная практика	72									
	Всего:	212	-	94	26		46			72	

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала	Лабораторные, практические и контрольные работы, самостоятельная работа обучающихся	Обязательная учебная нагрузка (час)			Умения, знания		Информационно-техническое обеспечение		Формы и виды контроля
			Теоретические	Лабораторно-практические	Самостоятельная работа	У	З	Информационные источники	Средства обучения	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Раздел 1. Менеджмент										
Тема 1 Введение. Основные понятия курса	Введение, основные понятия курса, эволюция подходов к управлению, связь общего менеджмента и рекламы, эволюция концепций маркетинга, эволюция подходов к рекламе.	Р 1 О. Тестирование по теме «Эволюция подходов к управлению. Этапы развития рекламного менеджмента» Р 2О. Тестирование по теме «Эволюция концепций маркетинга. Место рекламы в маркетинговой деятельности предприятия»	4	4	4	У 4.2.1. У 4.1.2.	З 4.1.1. 3 4.1.3.	1.1 1.2 2.1	4.1.1 4.1.2	опрос
Тема 2 Подготовка рекламной кампании	Информационное обеспечение рекламной кампании, определение состояния рыночной среды, определение портрета целевой аудитории, проведение опросов,	Р 3О Практическая работа Практическая работа №1 проведение опроса, составление портрета	4	4	6	У 4.2.1.	З 4.1.1.	1.1 1.2 2.1	УМК	опрос

	определение мотивов поведения потребителей и составление портрета целевого клиента, методика SWOT и PEST анализа	потенциального клиента, выбор средств коммуникации с целевым клиентом. P4O Практическая работа №2 проведение SWOT и PEST анализа рекламируемого продукт								
Тема 3 Планирование и реализация рекламной кампании. Особенности управления в рекламе	Характеристики внутренней среды организации: орг структура, постановка цели, пирамида управления. Характеристики внешней среды организации, планирование рекламной кампании, подготовка брифа	P5O Практическая работа №3 формирование организационной структуры предприятия, постановка задачи по методу SMART P6O Практическая №4 определение основных этапов реализации рекламного проекта, составление плана рекламной кампании P7O Практическая работа №5 Формирование карты внешней среды организации P8O Практическая работа №6 Формирование брифа рекламной кампании	8	8	6	У 4.1.1. У 4.2.2	3 4.1.2. 3 4.2.2	1.1 1.2 2.1	УМК	опрос
Раздел 2. Экономические основы рекламной деятельности										
Тема 2.1 Планирование рекламной работы в организации	Реклама как составная часть коммерческой деятельности организации. Этапы планирования рекламной деятельности в организации.	Работа1. Подготовка докладов на темы: Конкуренция в рекламной деятельности. Конкурентоспособность	4	4	10	4.2.1. 4.1.2.	4.2.2	1.1 1.2 2.1	УМК	опрос

		рекламной организации. «Плюсы» и «минусы» рыночной экономики. Работа2. Подготовка докладов на темы: Виды рекламных организаций и их функции. Основные критерии, по которым осуществляется классификация рекламных агентств. Международные рекламные агентства.								
Тема 2.2 Организация и планирование рекламной кампании	<p>Понятие рекламной кампании. Классификация рекламных кампаний. Этапы разработки рекламной кампании. План проведения рекламной кампании. Понятие бюджета рекламной кампании. Структура бюджета. Понятие издержки производства. Классификация затрат на производство продукции рекламной организации. Экономические показатели деятельности рекламной организации: себестоимость, цена, прибыль, рентабельность. Материально-техническая база рекламной организации: основные средства, износ и амортизация. Оборотные средства, их характеристика. Потребности в оборотных средствах. Управление дебиторской и кредиторской задолженностью. Понятие инвестиций организации. Источники финансирования. Разработка рекламного бюджета.</p>	<p>Работа3. Подготовка докладов на темы: Роль рекламы в изучении потребностей рынка и запросов покупателей. Основные этапы планирования рекламы. Работа4. О. Практическая работа №4. Основные методы расчета рекламного бюджета. Работа5. Решение задач по теме. Классификация затрат на производство продукции. рекламной организации. Работа6. Практическая работа. Расчет экономических показателей организации. Р7.О. Практическая работа №7. О. Расчет экономических</p>	18	26	12	4.1.2.	4.2.2 4.2.3	1.1 1.2 2.1	УМК	опрос

	Основные статьи бюджета. Основные документы для подготовки и проведения рекламной кампании.	показателей организации. Работа 8. Решение задач. Кредитование организации Работа9. Решение задач. Разработка бюджета рекламной организации. Работа10. О. Практическая работа№10. О. Оценка экономической эффективности рекламы. Работа11. Оформление документов в период подготовки и проведения рекламной кампании.								
Тема 2.3 Основные федеральные законы и иные нормативно-правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в РФ. Авторское право.	Понятие рекламного права. Кодекс РФ об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (с изм. и доп.), Гражданский кодекс РФ, Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ. Авторское право в рекламе.	P12.Изучение нормативных документов. Тестирование по теме. P13.О. Оформление заявки в Роспатент.	4	8	10	4.3.1	4.3.1	1.1 1.2 2.1	УМК	опрос
ВСЕГО			68	26	46					
Производственная практика (по	<p style="text-align: center;">Виды работ</p> Провести анализ внешней среды организации, составить карту внешней среды; Провести SWOT и PEST анализ;								Защита отчета по практике	

профилю специальности)	Провести опрос потребителей рекламного продукта, сформировать портрет потенциального потребителя; Идентифицировать и указать признаки маркетинговой концепции, используемой на предприятии и связанную с этим специфику рекламной деятельности фирмы; Составить бриф для выбранной рекламной задачи; Построить организационную структуру предприятия, указать стили руководства, взаимосвязь должностей в организации, вид организационной структуры и особенности деятельности компании. Разработка бюджета рекламной организации. Изучить документацию по регистрации авторских прав.	
Промежуточная аттестация в форме		Экзамен по модулю

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация рабочей программы профессионального модуля предполагает наличие учебного кабинета: Экономики и менеджмента.

4.1.1. Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-наглядных пособий.

4.1.2. Технические средства обучения:

- видеопроектор,
- экран.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику.

Оборудование учебных кабинетов и рабочих мест кабинетов:

1. Кабинет

1.1. Компьютер, подключенный к информационно-коммуникационной сети «Интернет»

1.2. Мультимедийный проектор

4.2. Информационное обеспечение обучения

1. Основные источники:

1.1 Грибов В. Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебное пособие / В. Д. Грибов. — Москва : КноРус, 2023. — 224 с.

1.2 Комиссарова М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 с.

2. Дополнительные источники:

2.1 Сергеев, Е. Ю. Технология производства печатных и электронных средств информации : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 227 с.

3. Периодические издания

Газеты: «Коммерсант-Daily», «Экономика и жизнь», «Ведомости» (вкладка «Компании и рынки»), журналы: «Деньги», «Эксперт», «Секрет фирмы», «Компания».

Интернет-ресурсы:

<http://www.cfin.ru> Корпоративный менеджмент. Материалы и публикации по всем отраслям менеджмента, в том числе теоретико-методологического характера.

<http://www.profy.ru> Публикации, статьи и методические материалы по менеджменту.

<http://www.ptpu.ru> Сайт журнала «Проблемы теории и практики управления».

Публикации, статьи и методические материалы по менеджменту.

<http://www.devbusiness.ru> Сайт «Развитие Бизнеса». Материалы по организационному дизайну и анализу организаций.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием допуска к производственной практике в рамках профессионального модуля является прохождение междисциплинарного курса «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности» в рамках профессионального модуля.

Перед изучением ПМ.04. обучающиеся изучают следующие дисциплины:
Экономика организации.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по профессиональному модулю: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю междисциплинарного курса «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности» и специальности «Реклама».

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля и специальности.