



*Частное профессиональное образовательное учреждение  
«АНАПСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ТЕХНИКУМ»  
(ЧПОУ «Анапский индустриальный техникум»)*

УТВЕРЖДАЮ

Директор техникума

Е.Ю.Пономарева

«31» августа 2023 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)»**

МДК.04.01 «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности»

МДК.04.02 «Реклама и связи с общественностью в сфере применения»

для специальности

42.02.01 «Реклама»

РАССМОТРЕНО

ПЦК дисциплин рекламы

«31» августа 2023г. протокол №1

Председатель

/Горбунов Д.В./

подпись

расшифровка

Рассмотрена

на заседании педагогического совета

протокол №1 от 31.08.2023 г.

Рабочая программа разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта по специальности 42.02.01 «Реклама», Приказ Министерства образования и науки РФ № 510 от 12.05.2014 г., (зарегистрирован в Министерстве Юстиции РФ, Приказ № 32859 от 26.06.2014г.).

Организация-разработчик ЧПОУ «Анапский индустриальный техникум»

Разработчик: Топчиева Н.Н., Синчук Н.С.

преподаватели ЧПОУ «Анапский индустриальный техникум»

подпись

Рецензент: Овчинникова М.С.

преподаватель ЧПОУ «Анапский индустриальный техникум»

должность, квалификация по диплому

подпись

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	20
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	23
6. АДАПТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРИ ОБУЧЕНИИ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	24

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)»

## 1.1 Область применения рабочей программы.

Программа профессионального модуля (далее программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01. «Реклама».

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

В результате изучения профессионального модуля обучающийся 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.

Максимальной учебной нагрузки обучающегося .....258 часов;  
в том числе:  
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося .....172 часа;  
самостоятельной работы обучающегося .....86 часов.

## 1.4 Содержание профессионального модуля.

Раздел 1. МДК 04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности



## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности: Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта), в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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 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.
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.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1 Тематический план профессионального модуля «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)».

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Мак: Всего часов	Всего	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)			Самостоятельная работа обучающегося		Практика	
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Всего, часов	Всего по курсовой	Учебная часов	Производственная (по профилю специальности), часов
				Лекции часов	в т.ч. практические занятия, часов	курсовой проект часов				
ПК 4.1 – 4.3	МДК 04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	174	116	76	40		58			
	МДК.04.02 Реклама и связи с общественностью в сфере применения	84	56	28	28		28			
	<b>Итого ( макс. учебная нагрузка):</b>	<b>258</b>	<b>172</b>	<b>104</b>	<b>68</b>		<b>86</b>			
	Введение в организацию и управление процессом изготовления рекламного продукта, часов	72	72						72	
	Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта, часов	72	72						72	
	<b>Всего ( макс. учебная нагрузка и практики):</b>	<b>402</b>	<b>316</b>							

### 3.2 Содержание обучения и КТП по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	
1	2	3	
<b>ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)»</b>			
<b>МДК.04.01 «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности»</b>			
<b>7 семестр</b>			
<b>Раздел 1. Экономические основы рекламной деятельности</b>			
<b>Тема 1.1. Основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Условия складирования рыночных отношений. Общая характеристика рыночного механизма. Спрос. Предложение. Равновесная цена. Спрос предприятия. Предложение предприятия. Понятие конкуренции. Виды конкуренции: функциональная, видовая, предметная. Чистая, монополистическая, олигополия, монополия. Сущность рынка и функции рынка. Виды рынков. Необходимость государственного вмешательства в экономику.	2	
	<b>Практическое занятие №1.</b> Основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики.	2	
<b>Тема 1.2. Конкуренция в рыночной экономике</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Конкуренция рекламной деятельности. Виды конкуренции .Совершенная и несовершенная рыночная конкуренция. Изучение конкурентной среды.	2	
	<b>Практическое занятие №2.</b> Конкурентоспособность рекламной организации.	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Составить ряд предложений по совершенствованию конкурентоспособности рекламного продукта.	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Подготовить доклад на тему «Историческое развитие менеджмента, основные концепции».	2	
<b>Тема 1.3. Издержки</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		



<b>производства</b>	Понятие издержек производства. Виды затрат рекламного предприятия. Классификация затрат на производство продукции в рекламной организации. Группировка затрат по Экономическим элементам (смета затрат на производство). Группировка затрат по статьям калькуляции рекламной организации.	2	
	<b>Практическое занятие №3.</b> Издержки производства.	2	
<b>Тема 1.4. Ценовая политика рекламной организации</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Выбор методов ценообразования и ценовой политики. Алгоритм расчета цены продаж на услугу. Методы ценообразования. Система управления доходами гостиницы. Сезонные скидки. Система «директ-костинг». Долгосрочный нижний предел цены. Краткосрочный нижний предел цены. Применение системы «директ-костинг». Особенности ценообразования в рекламной организации.	2	
	<b>Практическое занятие №4.</b> Ценообразование рекламной продукции.	2	
<b>Тема 1.5. Экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Понятие прибыль. Общая (валовая) прибыль. Основные методы планирования рекламной организации: прибыли. Расчет плановой прибыли. Метод мультипликативного эффекта.	2	
	Рентабельность общая. Фондоотдача. Фондоемкость. Рентабельность продаж рекламной организации. Рентабельность основного капитала. Рентабельность собственного капитала.	2	
	<b>Практическое занятие №5.</b> Расчёт себестоимости и цены рекламного продукта.	2	
	<b>Практическое занятие №6.</b> Расчёт прибыли и рентабельности рекламной организации.	2	
<b>Тема 1.6. Материально-техническая база рекламной организации</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Сущность, назначение и состав основных средств. Износ и амортизация основных средств. Показатели использования основных производственных средств рекламной организации. Основные направления улучшения использования основных средств. Оборотные средства предприятия, их характеристика. Определение потребности предприятия в оборотных средствах.	2	
	Управление дебиторской и кредиторской задолженностью. Показатели эффективности использования оборотных средств. Понятие инвестиций. Источники финансирования. Показатели эффективности капитальных вложений. Метод дисконтирования. Пути повышения эффективности капитальных вложений.	2	

	<b>Практическое занятие №7.</b> Современная материально-техническая база рекламной организации.	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Подготовить сообщение на тему «Инновации в деятельности рекламной организации».	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Подготовить доклад на тему «Взаимосвязь отдельных функций управленческого цикла».	2	
<b>Тема 1.7. Пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Понятие материальных ресурсов. Совершенствование управления материальными ресурсами. Снабжение производства материальными ресурсами. Источники поступления материальных ресурсов. Анализ обеспеченности материальными ресурсами.	2	
	Производственный персонал. Профессионально-квалификационная структура кадров. Численность персонала. Показатели динамики кадров. Понятие производительность труда. Методы измерения и оценки производительности труда. Факторы и резервы роста производительности труда. Сущность, состав, структура финансовых ресурсов предприятия. Основные источники финансовых ресурсов рекламного предприятия.	2	
	<b>Практическое занятие №8.</b> Трудовые ресурсы рекламной организации.	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Подготовить доклад на тему «Рынок труда и безработица».	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Проработка темы «Эффективное использование материальных, трудовых и финансовых ресурсов организации».	2	
<b>Тема 1.8. Организация оплаты труда</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Основная и дополнительная оплата труда. Тарифные и бестарифные системы оплаты труда. Минимальный размер оплаты труда. Формы заработной платы. Система повременной заработной платы. Системы сдельной заработной платы. Надбавки и доплаты. Бестарифные и смешанные системы. Должностные оклады. Премирование работников. Оплата труда сотрудникам рекламной организации.	2	
	<b>Практическое занятие №9.</b> Оплата труда в рекламной организации.	2	
<b>Тема 1.9. Формирование хозяйственной стратегии рекламной организации</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Сущность, виды и методы планирования. Формирование хозяйственной стратегии. Функциональные стратегии. Товарная стратегия предприятия. План производства и реализации продукции.	2	

	<b>Самостоятельная работа.</b> Составить план хозяйственной стратегии рекламной организации.	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Составить план хозяйственной стратегии рекламной организации.	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Составить план хозяйственной стратегии рекламной организации.	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Подготовить доклад на тему «Проблемы менеджмента в рекламной деятельности».	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Подготовить доклад на тему «Особенности тактического внутреннего контроля».	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Проработка темы «Сочетание стилей руководства».	2	
<b>Раздел 2. Менеджмент рекламной деятельности</b>			
<b>Тема 2.1. Основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Понятие рекламное право. Важнейшие нормативные акты, регламентирующие отношения в сфере рекламы.	2	
<b>Тема 2.2. Сущность и характерные черты современного менеджмента</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Понятие и содержание менеджмента. Менеджмент как вид деятельности. Цели, задачи и функции менеджмента. Структура распределения служебных полномочий на предприятии. Группы менеджеров.	2	
<b>Тема 2.3. Структура организации. Внешняя и внутренняя среда организации</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Внешняя среда и ее элементы. Факторы прямого и косвенного воздействия, их характеристика и взаимосвязь. Подвижность и неопределенность внешней среды. Внутренняя среда, ее основные переменные (цели, задачи, структура, технология и персонал), их характеристика.	2	
<b>Тема 2.4. Аспекты планирования рекламной деятельности</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Стратегическое (перспективное) планирование. Миссия предприятия. Цели предприятия. Анализ внешней среды. Анализ сильных и слабых сторон. Анализ альтернатив, выбор, реализация и оценка стратегии. Тактическое и текущее планирование. Основные этапы реализации текущих планов.	2	

	<b>Самостоятельная работа.</b> Составить план деятельности рекламной организации на год.	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Составить план деятельности рекламной организации на год.	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Составить план деятельности рекламной организации на год.	2	
<b>Тема 2.5. Этапы принятия и реализация управленческих решений</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Управленческое решение. Подходы к классификации управленческих решений. Методы принятия решений. Уровни принятия решений. Этапы принятия управленческих решений в рекламной организации.	2	
	<b>Практическое занятие №10.</b> Решение ситуационных задач на тему «Принятие решений».	2	
	<b>Содержание учебного материала</b> Цели и задачи рекламного менеджмента. Функции рекламного менеджмента. Методы измерения торговой эффективности рекламы. Анализ и классификация рекламных текстов. Факторы, определяющие наиболее эффективное средство рекламирования.	2	
<b>Тема 2.6. Цели и функции рекламного менеджмента</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Понятие и виды мотивации. Механизм мотивации, в основе которого лежат потребности. Теории мотивации.	2	
	<b>Практическое занятие №11.</b> Решение ситуационных задач на тему «Мотивация персонала рекламного агентства».	2	
	<b>Содержание учебного материала</b> Понятие личности. Факторы, влияющие на поведение людей. Основные типы характера. Темперамент и его разновидности. Направленность и способности личности. Типы мышления.	2	
<b>Тема 2.7. Мотивация персонала рекламной организации</b>	<b>Самостоятельная работа.</b> Составить характеристику типа личности современного менеджера рекламного агентства.	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Составить характеристику типа личности современного менеджера рекламного агентства.	2	
	<b>Всего: 90 часов = 30 часов СРС + 60 аудиторных часов (38 часов лекций + 22 часа практических занятий)</b>		
	<b>8 семестр</b>		
<b>Тема 2.8. Личность в системе управления</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Понятие личности. Факторы, влияющие на поведение людей. Основные типы характера.	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Составить характеристику типа личности современного менеджера рекламного агентства.	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Составить характеристику типа личности современного менеджера рекламного агентства.	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Составить характеристику типа личности современного менеджера рекламного агентства.	2	

	<b>Самостоятельная работа.</b> Составить характеристику типа личности современного менеджера рекламного агентства.	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Проработка темы «Задачи рекламного отдела на предприятии».	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Проработка темы «Задачи рекламного отдела на предприятии».	2	
<b>Тема 2.9. Руководство: власть и лидерство в организации</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Понятие власть. Источники власти. Виды власти.	2	
	Методы влияния. Понятие лидерство. Стили руководства. Партнерство.	2	
<b>Тема 2.10. Управление конфликтами</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Понятие конфликт. Схема конфликта. Основные элементы конфликта. Источники и причины конфликтов. Виды конфликтов. Управление конфликтами. Последствия конфликтов.	2	
	<b>Практическое занятие №12.</b> Решение ситуационных задач на тему «Управление конфликтами».	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Выполнение доклада на тему: «Наиболее частые причины конфликтов в организации».	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Проработка темы «Порядок проведения маркетинговых исследований»	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Проработка темы «Порядок проведения маркетинговых исследований»	2	
<b>Тема 2.11. Реклама в бизнесе</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Роль рекламы в бизнесе. Принципы рекламы для малого бизнеса.	2	
	Эффективные виды рекламы для бизнеса.	2	
<b>Тема 2.12. Средства распространения рекламы</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Все виды прессы (газеты, журналы, еженедельники). Аудиовизуальные средства (телевидение, радио, кино, видео).	2	
	Прямая рассылка почтой. Наружная реклама. Сопутствующие мероприятия и материалы (выставки, печатная продукция, сувениры). Мероприятия паблик рилейшнз. Система Интернет.	2	
	<b>Практическое занятие №13.</b> Работа с рекламой в средствах массовой информации.	2	
<b>Тема 2.13. Управление рекламой</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Система управления рекламой (СУР). Виды интернет-рекламы, которыми управляют СУР.	2	

	Основные преимущества СУР. Принципы управления интернет-рекламой.	2	
<b>Тема 2.14. Структура взаимоотношений рекламодателя-рекламного агента</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Структура взаимоотношений рекламодателя-рекламного агентства с позиций организационной теории управления.	2	
	Критерии оценки качества взаимоотношений рекламодателя и рекламного агентства.	2	
	<b>Практическое занятие №14.</b> Проведение процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком.	2	
<b>Тема 2.15. Стратегия рекламного менеджмента</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Понятия «стратегия», «политика», «тактика». Стратегический менеджмент в рекламе. Особенности стратегии в рекламном бизнесе. Основные общепринятые правила управления рекламой.	2	
	<b>Практическое занятие №15.</b> Составление плана и графика деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта.	2	
<b>Тема 2.16. Организация рекламного процесса</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Элементы рекламного процесса: рекламодатель, рекламное агентство, потребитель, элементы системы саморегулирования рекламного рынка, СРРИ, рекламное производство, исследовательские организации, правительственные учреждения, конкуренция. Схема рекламного процесса. Функции участников рекламного процесса.	2	
	<b>Практическое занятие №16.</b> Проведение презентации рекламного продукта.	2	
<b>Тема 2.17. Рекламодатель как центральное звено рекламной деятельности</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Рекламодатель как субъект рекламной деятельности. Организация фирмы-рекламодателя. Формирование рекламного бюджета. Эффективность рекламы для фирмы – рекламодателя.	2	
<b>Тема 2.18. Основные понятия брейдинга. Миссия фирмы. Управление брендом</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Концепция брейдинга: сущность и основные понятия. Бренд товара. Бренд услуги. Бренд персоналии. Бренды организации. Бренды мероприятия (концерта, соревнований). Национальные бренды (страны, города, курорта). Глобальные бренды. Частные бренды. Зонтичный бренд. Миссия рекламной фирмы. Управление брендом.	2	
	<b>Практическое занятие №17.</b> Подготовка авторской документации для регистрации авторских прав.	2	
<b>Тема 2.19. Сущность и основные элементы корпоративной культуры.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Понятие «корпоративный дух», «корпоративная культура», «корпоративная этика». Виды и типы корпоративных культур. Этапы формирования корпоративной культуры.	2	

<b>Этапы формирования</b>	<b>Практическое занятие №18.</b> Корпоративный дух сотрудников рекламной организации.	2	
<b>Тема 2.20. Отличительные черты международного рекламного менеджмента</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Назначение международного рекламного менеджмента. Цели, задачи и эффективность международной рекламы. Особенности и содержание проведения международной рекламной компании.	2	
	<b>Практическое занятие №19.</b> Отличительные черты международного рекламного менеджмента.	2	
	<b>Практическое занятие №20.</b> <b>Дифференцированный зачёт.</b>	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Подготовить доклад на тему «Международный рекламный менеджмент».	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Подготовить доклад на тему «Международный рекламный менеджмент».	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Проработка темы «Причины стрессов на работе и способы борьбы с ними».	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Проработка темы «Причины стрессов на работе и способы борьбы с ними».	2	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Работа с литературой.	2	
<b>Самостоятельная работа.</b> Работа с литературой.	2		
<b>Всего: 84 часа = 28 часов СРС + 56 аудиторных часов (38 часов лекций + 18 часов практических занятий)</b>			
<b>Итого: 174 часа = 58 часов СРС + 116 аудиторных часов (76 часов лекций + 40 часов практических занятий)</b>			
<b>МДК.04.02 «Реклама и связи с общественностью в сфере применения»</b>			
<b>8 семестр</b>			
<b>Тема 1.1. Управление процессом изготовления рекламного продукта и контроль качества</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Установление контакта с заказчиком.	2	
	Разведка потребностей и возможностей клиента.	2	
	Презентация коммерческого предложения.	2	

	Процесс принятия заказа. Оформление документов.	2	
	Управление процессом создания дизайн-макета.	2	
	Процедура согласования макета с заказчиком.	2	
	Организация технического процесса изготовления рекламного продукта.	2	
	Контроль качества изготовления рекламного продукта.	2	
	Критерии соответствия рекламного продукта требованиям рекламодателя.	2	
	<b>Практическое занятие №1.</b> Сбор информации для презентации коммерческого предложения.	2	
	<b>Практическое занятие №2.</b> Разработка сценария презентации коммерческого предложения.	2	
	<b>Практическое занятие №3.</b> Создание дизайн-макета.	2	
	<b>Практическое занятие №4.</b> Составление плана по разработке рекламного продукта	2	
	<b>Практическое занятие №5.</b> Составление графика по техническому исполнению рекламного продукта	2	
	<b>Практическое занятие №6.</b> Составление графика проведения выставки-ярмарки.	2	
	<b>Практическое занятие №7.</b> Составление договора подряда и сметы на изготовление рекламного продукта	2	
	<b>Практическое занятие №8.</b> Презентация рекламного продукта	2	
<b>Тема 1.2. Регистрация и защита авторских и смежных прав</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Объекты авторского права. Понятия и признаки объекта авторского права. Виды объектов авторского права. Сфера действия авторского права.	2	
	Субъекты авторского права. Авторы произведений. Наследники и иные правопреемники. Организации, управляющие имущественными правами авторов на коллективной основе. Права авторов произведений науки, литературы и искусства.	2	
	Проблемы реализации авторских и смежных прав. Контрафакты и пиратство. Авторство и Интернет.	2	
	Защита авторских и смежных прав. Гражданско-правовые способы защиты авторских и смежных прав.	2	
	Авторский договор. Общие положения. Классификация авторских договоров. Элементы авторского договора. Содержание авторского договора. Ответственность сторон за нарушение авторского договора. Прекращение авторского договора.	2	



<b>Практическое занятие №9.</b> Определение объекта авторского права.	2	
<b>Практическое занятие №10.</b> Прохождение процедуры регистрации авторского права.	2	
<b>Практическое занятие №11.</b> Подготовка авторской документации для регистрации авторских прав.	2	
<b>Практическое занятие №12.</b> Оформление авторского договора.	2	
<b>Практическое занятие №13.</b> Решение ситуационных задач, иллюстрирующих ответственность за нарушение законодательства о защите авторских прав.	2	
<b>Практическое занятие №14.</b> <b>Дифференцированный зачёт.</b>	2	
<b>Самостоятельная работа.</b> Проработка нормативно-правовых документов.	2	
<b>Самостоятельная работа.</b> Проработка нормативно-правовых документов.	2	
<b>Самостоятельная работа.</b> Проработка нормативно-правовых документов.	2	
<b>Самостоятельная работа.</b> Подбор дополнительного материала к занятиям.	2	
<b>Самостоятельная работа.</b> Подбор дополнительного материала к занятиям.	2	
<b>Самостоятельная работа.</b> Подбор дополнительного материала к занятиям.	2	
<b>Самостоятельная работа.</b> Подготовить сообщение.	2	
<b>Самостоятельная работа.</b> Подготовить сообщение.	2	
<b>Самостоятельная работа.</b> Подготовить сообщение.	2	
<b>Самостоятельная работа.</b> Подготовить доклад.	2	
<b>Самостоятельная работа.</b> Подготовить доклад.	2	

	Самостоятельная работа. Работа с литературой.	2	
	Самостоятельная работа. Работа с литературой.	2	
	Самостоятельная работа. Работа с литературой.	2	
<b>Всего: 84 часа = 28 часов СРС + 56 аудиторных часов (28 часов лекций + 28 часов практических занятий)</b>			
<b>Учебная практика. Введение в организацию и управление процессом изготовления рекламного продукта.</b>  <b>Виды работ</b> Исследование ценовой политики производителей рекламного продукта, средств массовой информации и др. Разработка плана-графика технического исполнения рекламного продукта. Составление финансовой и договорной документации по разработке, изготовлению и размещению рекламного продукта. Составление личного плана работы специалиста по рекламе на основе тайм-менеджмента. Сбор информации для презентации коммерческого предложения. Разработка сценария и проведение презентации коммерческого предложения. Согласование макета рекламного продукта с заказчиком, корректировка и устранение недостатков. Составление договора авторского права. Сбор и оформление документов для регистрации авторского права.		<b>72</b>	
<b>Производственная практика. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.</b>  <b>Виды работ</b> Планирование разработки и технического исполнения рекламного проекта.		<b>72</b>	

Контролирование соответствия рекламного продукта требованиям рекламодателя. Установление взаимодействия с субъектами рекламной деятельности. Подготовка и оформление документации для регистрации авторских прав.		
<b>Всего: 402</b>		

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета экономики и менеджмента; кабинета проектирования рекламного продукта; лаборатории информационных и коммуникационных технологий.

Оборудование учебного кабинета экономики и менеджмента и рабочих мест кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебные пособия;
- комплект учебно-методических материалов;
- комплект учебно-наглядных пособий.

Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением по предмету и мультимедиапроектор.

Оборудование учебного кабинета проектирования рекламного продукта и рабочих мест кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект инструментов и приспособлений;
- комплект учебно-наглядных пособий;
- комплект бланков технологической документации;
- комплект учебно-методической документации;
- учебные пособия.

Технические средства обучения кабинета проектирования рекламного продукта:

- компьютер (или ноутбук) для преподавателя;
- интерактивная доска (или проектор с проекционным экраном);
- лицензионное программное обеспечение, предусмотренное учебной программой;
- посадочные места по количеству обучающихся, оборудованные ПК;
- внешние накопители информации;
- локальная сеть;
- доступ к глобальной сети Интернет.

Оборудование лаборатории информационных и коммуникационных технологий и рабочих мест лаборатории:

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

Технические средства обучения лаборатории компьютерного дизайна:

- компьютер (или ноутбук) для преподавателя;

- интерактивная доска (или проектор с проекционным экраном);
- лицензионное программное обеспечение, предусмотренное учебной программой;
- посадочные места по количеству обучающихся, оборудованные ПК;
- внешние накопители информации;
- локальная сеть;
- доступ к глобальной сети Интернет.
- аудиосистема.

## **4.2 Информационное обеспечение обучения.**

### **Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

#### **Основные источники:**

1. Бацюн Н.В. Менеджмент в рекламе: уч. пособие / Н.В. Бацюн.- Москва: РИОР: ИНФРА- М, 2020
2. Зубков С.А. Государственное и общественное регулирование в сфере рекламы и связей с общественностью: уч. пособие.- СПб.: Издательство «Лань», 2019

#### **Дополнительные источники:**

1. Менеджмент: учебник для учреждений сред.проф.образования / Драчева Е.Л., Юликов Л.И. – 11-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2010.
2. Основы экономики: учеб. пособие для студ. сред. проф. учеб. заведений / под ред. Кожевникова Н.Н. – 5-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2010.
3. Основы экономики и управления: учеб. пособие для студ. сред. проф. учеб. заведений / под ред. Кожевникова Н.Н. – 4-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2007.

#### **Интернет-ресурсы:**

1. Электронный ресурс «Законодательство. Экономика». Форма доступа: <http://lawecon.ru/>
2. Электронный ресурс «Экономика и управление на предприятии» (учебные материалы для студентов). Форма доступа: <http://eumtp.ru/>
3. Электронная библиотека учебных материалов «Экономика.Info» (лекции, учебники, рефераты, статьи по экономике). Форма доступа: <http://www.economika.info/>
4. Вспомогательный учебный сайт «ZAV». Раздел «Лекции» (теория и практика рекламы, менеджмент в рекламе, организация отдела рекламы, организация деятельности рекламной службы фирмы). Форма доступа: <http://www.zav.su/lectures/>

5. Интернет-сайт «Библиотека менеджмента». Статья «Рекламный менеджмент».

Форма доступа:

<http://www.managment.aaanet.ru/management/reklmmedjment.php>

#### **4.3 Общие требования к организации образовательного процесса**

Обязательным условием допуска к производственной практике по профилю специальности в рамках профессионального модуля «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)» является освоение учебного материала для получения комплекса знаний и первичных навыков.

Реализация программы модуля предполагает (концентрированную) производственную практику. Производственная практика должна проводиться в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся. При выполнении самостоятельной работы обучающимся оказываются консультации.

#### **4.4 Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального, соответствующее профилю преподаваемого модуля «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)».

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: наличие опыта деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы.

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

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p><b>Иметь практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;</li> <li>– контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;</li> <li>– взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;</li> <li>– подготовки документации для регистрации авторских прав.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;</li> <li>– работать с рекламой в средствах массовой информации;</li> <li>– проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;</li> <li>– проводить презентацию рекламного продукта;</li> <li>– подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав.</li> </ul> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;</li> <li>– основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;</li> <li>– пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;</li> <li>– основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;</li> <li>– аспекты планирования рекламы;</li> <li>– этапы принятия и реализации управленческих решений;</li> <li>– классификацию целей менеджмента.</li> </ul>	<p>Оценка результатов выполнения практических работ в рамках практических занятий.</p> <p>Оценка результатов выполнения производственных заданий в рамках учебной и производственной практик.</p> <p>Оценка результатов выполнения самостоятельных работ.</p>

## **6. АДАПТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРИ ОБУЧЕНИИ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Условия организации и содержание обучения и контроля знаний инвалидов и обучающихся с ОВЗ по дисциплине ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)» определяются программой дисциплины, адаптированной при необходимости для обучения указанных обучающихся.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и дидактические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением дистанционных технологий.

Дистанционное обучение обеспечивает возможность коммуникаций с преподавателем, а так же с другими обучаемыми посредством вебинаров (например, с использованием программы Skype), что способствует сплочению группы, направляет учебную группу на совместную работу, обсуждение, принятие группового решения.

В учебном процессе для повышения уровня восприятия и переработки учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ применяются мультимедийные и специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения.

Подбор и разработка учебных материалов производится преподавателем с учетом того, чтобы студенты с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении аттестации.