



*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.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих,
должностям служащих»**

МДК.05.01 «Выполнение работ по профессии Агент рекламный»

для специальности

42.02.01 «Реклама»

АНАПА
2023

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: Овчинникова М.С.

преподаватель ЧПОУ «Анапский индустриальный
техникум»

подпись

Рецензент: Синчук Н.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	8
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	25

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих»

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:

- ведения переговоров с заказчиком и производителем рекламы;
- использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа;
- оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком;
- организации связи со средствами массовой информации;
- работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;

уметь:

- контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком;
- контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения;
- осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг;
- выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;
- проводить основные мероприятия связей с общественностью;
- применять средства связи;
- использовать способы оперативной полиграфии;
- использовать вычислительные средства в рекламной деятельности;

знать:

- виды рекламной деятельности;
- виды рекламных средств и средств распространения рекламы;
- направления рекламной работы;
- содержание рекламной информации;
- применяемые средства рекламы;
- рекламные мероприятия;
- требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;
- субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;
- правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг;
- ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу;
- социально-психологические основы рекламы;

- факторы и методы воздействия рекламы на человека;
- факторы, влияющие на покупку товаров;
- информационные материалы связей с общественностью, их виды;
- организационную структуру организаций;
- средства информационно-коммуникационного обеспечения;
- средства оргтехники и требования безопасности труда;
- средства составления оригиналов текстовых документов;
- средства копирования и оперативного размножения документов;
- средства для обработки документов;
- средства связи;
- вычислительные средства.

1.3 Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля.

Максимальной учебной нагрузки обучающегося285 часов;
 в том числе:
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося190 часов;
 самостоятельной работы обучающегося95 часов.

1.4 Содержание профессионального модуля.

Раздел 1. МДК 05.01 Выполнение работ по профессии Агент рекламный

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности: Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих, 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 1.	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.
ПК 2.	Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.
ПК 3.	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.
ПК 4.	Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.
ПК 5.	Вести переговоры с заказчиками и производителями рекламы.

ПК 6.	Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.
ПК 7.	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.
ПК 8.	Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1 Тематический план профессионального модуля «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих».

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 1-8	МДК 05.01 Выполнение работ по профессии Агент рекламный	285	190	86	104		95			
	Итого (макс. учебная нагрузка):	285	190	86	104		95			
	Введение в профессию Агент рекламный, часов	72	72						72	
	Выполнение работ по профессии Агент рекламный, часов	108	108						108	
	Всего (макс. учебная нагрузка и практики):	465	370							

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	
ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих»			
МДК.05.01 «Выполнение работ по профессии Агент рекламный»			
7 семестр			
Раздел 1. Поиск и привлечение клиентов			
Тема 1.1. Основы организации рекламной деятельности	Содержание учебного материала		
	Виды рекламных средств (привлекательность и информативность, побуждение к совершению покупки, приглашение к совершению покупки).	2	
	Информационные материалы связей с общественностью и их виды. Средства распространения рекламы (прямые отправления, торговые выставки и демонстрация, витрины в магазинах, профессиональные, деловые встречи, совещания, купоны, раздача бесплатных образцов товаров (самплинг), премии, экспозиции и демонстрация товара в местах продажи).	2	
	Практическое занятие №1. Распространение рекламы с помощью прямых отправлений.	2	
	Практическое занятие №2. Ведение переговоров со средствами массовой информации.	2	
	Практическое занятие №3. Осуществление мероприятий связей с общественностью.	2	
Тема 1.2. Основные этапы поиска клиента	Содержание учебного материала		
	Изучение товара. Изучение собственного товара в соответствии с деятельностью организации и по всем характеристикам товара/услуг. Выявление наиболее продаваемых позиций (виды товаров, опрос заказчиков и анализ результатов опроса).	2	
	Изучение потребностей и возможностей клиента (база данных клиентов, их деятельность, возможности и рекламный бюджет).	2	
	Практическое занятие №4. Разработка плана по изучению собственного товара. Поиск потенциальных клиентов.	2	

	Практическое занятие №5. Разработка закрытых и открытых вопросов для изучения потребностей клиента.	2	
	Практическое занятие №6. Отработка техники опроса клиента. Отработка приемов активного слушания.	2	
Тема 1.3. Основные этапы в процессе привлечения клиента	Содержание учебного материала		
	Установление контакта с заказчиком. Формирование первого впечатления. Вербальное и невербальное общение.	2	
	Презентация коммерческого предложения (избирательность презентуемых свойств, точки воздействия). Работа с возражениями (позитивная и негативная реакция, способы присоединения к возражению, техника ответа на возражения).	2	
	Завершение переговоров (основные задачи, методы завершения продаж, ошибки при продажах).	2	
	Практическое занятие №7. Отработка техники формирования первого впечатления. Разработка плана-схемы презентации коммерческого предложения.	2	
	Практическое занятие №8. Отработка техники работы с возражениями. Отработка методов завершения продаж.	2	
	Практическое занятие №9. Анализ ошибок, совершаемых при продажах.	2	
	Практическое занятие №10. Разработка плана-схемы по продаже рекламного продукта.	2	
	Самостоятельная работа. Изучение правил оформления рекламного текста.	2	
	Самостоятельная работа. Изучение правил оформления рекламного текста.	2	
	Самостоятельная работа. Изучение правил оформления успешной презентации.	2	
	Самостоятельная работа. Изучение правил оформления успешной презентации.	2	
	Самостоятельная работа. Изучение правил оформления сценариев продаж.	2	
	Самостоятельная работа. Изучение правил оформления сценариев продаж.	2	
Самостоятельная работа. Изучение правил оформления звуковых и визуальных каналов.	2		

	Самостоятельная работа. Изучение правил оформления звуковых и визуальных каналов.	2	
	Самостоятельная работа. Проработка учебной и специальной литературы.	2	
	Самостоятельная работа. Проработка учебной и специальной литературы.	2	
Раздел 2. Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком			
Тема 2.1. Организация деятельности рекламного агентства	Содержание учебного материала		
	Рекламные агентства. Их функции и организационная структура. Субъекты рекламного процесса. Типы субъектов рекламного процесса и их взаимодействие.	2	
	Выбор рекламного агентства. Основные направления взаимодействия рекламодателя и рекламного агентства.	2	
	Договор. Содержание договора, договорные условия, правила их соблюдения, порядок заключения договора.	2	
	Практическое занятие №11. Анализ работы рекламного агентства (структура, специализация, основные заказчики, выполненные работы, другие отличительные характеристики).	2	
	Практическое занятие №12. Подготовка презентации рекламного агентства для потенциального клиента.	2	
	Практическое занятие №13. Заполнение договора на организацию рекламной компании.	2	
	Практическое занятие №14. Заполнение финансовых документов (платежка, счет, счет-фактура, накладная, доверенность).	2	
Тема 2.2. Правовое регулирование рекламной деятельности	Содержание учебного материала		
	Рекламное законодательство в России. Государственное регулирование рекламной деятельности. Федеральный закон «О рекламе», требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом. Правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг. Законодательные акты, имеющие отношение к рекламной деятельности	2	
	Регулирование рекламной деятельности на международном уровне.	2	
	Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.	2	
	Практическое занятие №15. Заполнение бланка «Определение о возбуждении производства по делу по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе»	2	
	Практическое занятие №16. Заполнение бланка «Решение об осуществлении контррекламы»	2	

	Практическое занятие №17. Заполнение бланка «Решение о полном (частичном) приостановлении рекламы»	2	
	Практическое занятие №18. Заполнение бланка «Предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе»	2	
	Самостоятельная работа. Изучение федерального закона «О рекламе».	2	
	Самостоятельная работа. Изучение федерального закона «О рекламе».	2	
	Самостоятельная работа. Изучение федерального закона «О рекламе».	2	
	Самостоятельная работа. Изучение требований к размещению рекламы на автомобильных дорогах и улицах.	2	
	Самостоятельная работа. Изучение требований к размещению рекламы на автомобильных дорогах и улицах.	2	
	Самостоятельная работа. Изучение требований к размещению рекламы на автомобильных дорогах и улицах.	2	
	Самостоятельная работа. Изучение указа о защите потребителей от недобросовестной рекламы.	2	
	Самостоятельная работа. Изучение указа о защите потребителей от недобросовестной рекламы.	2	
	Самостоятельная работа. Работа с учебной литературой.	2	
	Самостоятельная работа. Работа с учебной литературой.	2	
Раздел 3. Ведение переговоров с заказчиками и производителями рекламы			
Тема 3.1. Психологические особенности рекламного воздействия	Содержание учебного материала		
	Социально-психологические основы рекламы. Типы мышления (визуализаторы, слуховой тип мышления, кинестетики).	2	
	Факторы и методы воздействия рекламы на человека. Грани индивидуальности (экстраверт, интроверт, рассудочный, чувствующий).	2	
	Факторы, влияющие на покупку товаров. Шесть типов мышления заказчиков (будда, провидец, пессимист, оптимист, предприниматель, аналитик).	2	
	Практическое занятие №19. Определение своего типа мышления.	2	

	Практическое занятие №20. Определение типа мышления заказчика.	2	
	Практическое занятие №21. Определение своего типа индивидуальности.	2	
Тема 3.2. Способы построения доверия и фокусировки внимания у заказчика	Содержание учебного материала		
	Тональность и темп речи заказчика. Подстраивание под тональность и темп речи заказчика.	2	
	Характер движений заказчика. Подстраивание под характер движений заказчика.	2	
	Основные качества исключительного коммуникатора.	2	
	Вовлечение заказчика в процесс заказа.	2	
	Практическое занятие №22. Ролевая игра с использованием тональности, темпа речи и характера движений заказчика.	2	
	Практическое занятие №23. Ролевая игра с методами привлечения внимания.	2	
	Практическое занятие №24. Ролевая игра с перефокусировкой внимания заказчика.	2	
Практическое занятие №25. Ролевая игра с вовлечением заказчика в процесс заказа.	2		
Тема 3.3. Презентация рекламного предложения	Содержание учебного материала		
	Пять основных элементов презентации (внимание, интерес, желание, уверенность, действие). Элементы успешной презентации.	2	
	Способы проведения презентации. Проведение рекламного предложения, используя элементы убеждения.	2	
	Практическое занятие №26. Проведение презентации товаров с использованием пяти основных элементов.	2	
	Практическое занятие №27. Проведение презентации услуг с использованием пяти основных элементов.	2	
	Практическое занятие №28. Проведение самопрезентации с использованием пяти основных элементов.	2	
Тема 3.4. Техника работы с возражениями	Содержание учебного материала		
	Типы возражений. Стратегия работы с возражениями в личной беседе. Позитивная и негативная реакция агента на возражения.	2	
	Способы присоединения к возражениям. Техника ответа на возражения.	2	
	Практическое занятие №29. Отработка техники ответов на возражения.	2	

Тема 3.5. Проведение телефонных переговоров	Содержание учебного материала		
	Телефонные переговоры. Возможности и опасности при телефонных переговорах.	2	
	Правила исходящего звонка. Правила входящего звонка.	2	
	Практическое занятие №30. Составление плана - схемы телефонного контакта с клиентом (вам звонят, вы звоните).	2	
	Практическое занятие №31. Прием заказа по телефону.	2	
Тема 3.6. Стратегия переговоров о цене	Содержание учебного материала		
	Процесс торга (изложение позиций сторон). Торг и сближение позиций. Закрепление взаимных договоренностей.	2	
	Три стратегии поведения при переговорах о цене.	2	
	Практическое занятие №32. Проведение переговоров о цене.	2	
	Самостоятельная работа. Изучение правил ведения презентации с помощью вербального и невербального общения.	2	
	Самостоятельная работа. Изучение правил ведения презентации с помощью вербального и невербального общения.	2	
	Самостоятельная работа. Изучение правил ведения презентации с помощью вербального и невербального общения.	2	
	Самостоятельная работа. Изучение методов привлечения внимания.	2	
	Самостоятельная работа. Изучение методов привлечения внимания.	2	
	Самостоятельная работа. Изучение методов привлечения внимания.	2	
	Самостоятельная работа. Изучение правил перефокусировки внимания заказчика на его внутреннее состояние.	2	
	Самостоятельная работа. Изучение правил перефокусировки внимания заказчика на его внутреннее состояние.	2	

	Самостоятельная работа. Изучение правил перефокусировки внимания заказчика на его внутреннее состояние.	2	
	Самостоятельная работа. Изучение правил перефокусировки внимания заказчика на его внутреннее состояние.	2	
Всего: 180 часов = 60 часов СРС + 120 аудиторных часов (56 часов лекций + 64 часа практических занятий)			
8 семестр			
Раздел 4. Использование офисной оргтехники, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа			
Тема 4.1. Средства оргтехники, оснащение помещения офиса для рекламных агентств	Содержание учебного материала		
	Оргтехника. Виды и организация оргтехники и требования безопасности труда. Роль технических средств в профессиональной деятельности рекламного агента.	2	
	Рабочие место рекламного агента. Оснащение рабочего места рекламного агента.	2	
	Практическое занятие №33. Оформление рабочего места рекламного агента.	2	
Тема 4.2. Современные системы и средства связи	Содержание учебного материала		
	Системы сотовой связи. Телефонные аппараты. Спутниковая связь	2	
	Способы передачи информации. Классификация каналов связи.	2	
	Факсимильная связь. Сеть Internet: электронная почта.	2	
	Практическое занятие №34. Выполнение работы с сотовыми аппаратами.	2	
	Практическое занятие №35. Выполнение работы со стационарными аппаратами.	2	
	Практическое занятие №36. Выполнение работы с факсом.	2	
	Практическое занятие №37. Создание электронного почтового ящика.	2	
Практическое занятие №38. Работа с электронной почтой.	2		
Тема 4.3. Средства копирования и оперативного размножения документов	Содержание учебного материала		
	Сканер. Виды сканеров. Принцип работы сканера. Принтеры. Виды принтеров. Принцип работы принтера.	2	
	Плоттер. Виды плоттера. Принцип работы плоттера.	2	
	Средства копирования и оперативного размножения документов. Выбор программного обеспечения для создания рекламной продукции.	2	
	Работа с текстом, графикой в среде MS Publisher.	2	

	Практическое занятие №39. Выполнение работы с принтером.	2	
	Практическое занятие №40. Выполнение работы со сканером.	2	
	Практическое занятие №41. Выполнение работы с плоттером.	2	
	Практическое занятие №42. Выполнение работы с мастером создания буклета.	2	
	Самостоятельная работа. Изучение правил работы с оргтехникой.	2	
	Самостоятельная работа. Изучение правил работы с оргтехникой.	2	
	Самостоятельная работа. Подготовка доклада на тему «Виды сканеров».	2	
	Самостоятельная работа. Подготовка доклада на тему «Виды плоттера».	2	
	Самостоятельная работа. Подготовка доклада на тему «Виды принтеров».	2	
	Самостоятельная работа. Создать новый электронный почтовый ящик.	2	
Раздел 5. Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя			
Тема 5.1. Основы коммуникаций	Содержание учебного материала		
	Этапы разработки эффективной коммуникации (отправитель, кодирование, обращение, средства распространения информации, расшифровка, получатель, ответная реакция, обратная связь, помехи).	2	
	Средства информационно-коммуникационного обеспечения (средства осуществления коммуникаций, представления маркетинговых коммуникаций).	2	
	Практическое занятие №43. Разработка плана-схемы процесса коммуникации с использованием девяти составляющих элементов.	2	
Тема 5.2. Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя	Содержание учебного материала		
	Комплекс маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, личная продажа, паблик рилейшнз, прямой маркетинг, спонсоринг, брэнддинг. Направления рекламной работы.	2	
	Практическое занятие №44. Разработка мероприятий по стимулированию сбыта.	2	

	Практическое занятие №45. Ролевая игра «Личная продажа».	2	
	Практическое занятие №46. Ролевая игра «Паблик рилейшнз».	2	
	Практическое занятие №47. Разработка сценария выставки-ярмарки.	2	
	Практическое занятие №48. Разработка промокампании по продвижению нового элитного жилого комплекса.	2	
	Самостоятельная работа. Разработка концепции проведения промо-акции, формирующей осведомленность и положительное отношение к новому пакету услуг (автомобиль в подарок).	2	
	Самостоятельная работа. Разработка концепции проведения промо-акции, формирующей осведомленность и положительное отношение к новому пакету услуг (автомобиль в подарок).	2	
	Самостоятельная работа. Разработка концепции проведения промо-акции, формирующей осведомленность и положительное отношение к новому пакету услуг (автомобиль в подарок).	2	
	Самостоятельная работа. Разработка концепции проведения промо-акции, формирующей осведомленность и положительное отношение к новому пакету услуг (автомобиль в подарок).	2	
	Самостоятельная работа. Проработка учебной и специальной технической литературы.	2	
	Самостоятельная работа. Проработка учебной и специальной технической литературы.	2	
Раздел 6. Контактирование со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы			
Тема 6.1. Изучение средств массовой информации и работа с ними по вопросам размещения рекламы	Содержание учебного материала		
	Общие характеристики средств массовой информации (визуальные, аудиальные, аудиовизуальные). Формирование общественного мнения взаимодействия средств массовой информации.	2	
	Исследование средств массовой информации (база данных). Приобретение рекламного носителя: (периодическая печать, радио, телевидение, документальное кино).	2	
	Макет для рекламы. Правила составления макета для рекламы в средствах массовой информации. Заключение договора по размещению рекламы.	2	
	Практическое занятие №49. Составление базы данных средств массовой информации.	2	

	Практическое занятие №50. Ролевая игра «Оценка телевизионной рекламы на убедительность».	2	
	Практическое занятие №51. Ролевая игра «Оценка телевизионной рекламы на узнавание, вспоминание».	2	
	Практическое занятие №52. Заключение договоров со средствами массовой информации.	2	
	Самостоятельная работа. Подготовка доклада на тему: «Как установить контакт с заказчиком».	2	
	Самостоятельная работа. Подготовка доклада на тему: «Как осуществить презентацию коммерческого предложения».	2	
	Самостоятельная работа. Подготовка доклада на тему: «Как правильно завершить переговоры с клиентом».	2	
	Самостоятельная работа. Подготовка доклада на тему: «Особенности переговорного процесса с заказчиком».	2	
	Самостоятельная работа. Составление плана-схемы телефонного контакта с клиентом.	2	
	Самостоятельная работа. Составление плана-схемы телефонного контакта с клиентом.	1	
	Экзамен		
Всего: 105 часов = 35 часов СРС + 70 аудиторных часов (30 часов лекций + 40 часов практических занятий)			
Итого: 285 часов = 95 часов СРС + 190 аудиторных часов (86 часов лекций + 104 часа практических занятий)			
Учебная практика. Введение в профессию Агент рекламный.		72	
Виды работ			
Ведение переговоров с заказчиком.			
Поиск и привлечение клиентов, используя средства массовой информации.			
Осуществление в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.			
Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком.			
Ведение переговоров с заказчиком.			

<p>Использование офисной оргтехники (телефон, факс). Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком. Выполнение работ с использованием офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа. Выполнение работ с использованием оперативной полиграфии и вычислительных средств в рекламной деятельности. Выполнение работы в рекламных акциях в качестве исполнителя: осуществление личных продаж, паблик рилейшнз. Организация связи со средствами массовой информации.</p>		
<p>Производственная практика. Выполнение работ по профессии Агент рекламный.</p> <p>Виды работ Исследование структуры, документации рекламного агентства. Разработка и изготовление рекламной продукции. Поиск потенциальных клиентов. Изучение потребностей и возможностей клиента. Отработка техники опроса клиента. Презентация коммерческого предложения клиенту (по телефону, при встрече). Работа с возражениями заказчика. Заключение договора с заказчиком (с оформлением всех сопутствующих документов).</p>	<p>108</p>	
<p>Всего: 465</p>		

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета проектирования рекламного продукта; лаборатории информационных и коммуникационных технологий и мини-типографии.

Оборудование учебного кабинета проектирования рекламного продукта и рабочих мест кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- ПК с выходом в Интернет;
- образцы рекламной продукции;
- комплекты бланков договорной и финансовой документации;
- комплект учебно-методической документации по предмету;
- мультимедийное оборудование;
- 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.

Оборудование мини-типографии и рабочих мест мини-типографии:

- рабочие места по количеству обучающихся;
- рабочее место мастера п/о;
- оргтехника: ПК, телефон-факс, сканер, принтеры;
- комплект учебно-наглядных пособий;
- оборудование: плоттеры (печатающий, режущий), ризограф, брошюровщик, секира;
- расходные материалы для изготовления различных видов рекламной продукции;
- аптечка.

4.2 Информационное обеспечение обучения.

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы : учебник / Ф.Г. Панкратов, В.Г. Шахурин, Ю.Г. Баженов.- 16-е изд. стер.-М.: ИТК Дашков и К, 2020.

Дополнительные источники:

1. Киселев С.В., Нелипович О.Н. Офисное оборудование: учебник для нач. проф. образования. – М.: Издательский центр «Академия», 2008.
2. Хапенков В.Н. Организация рекламной деятельности: учеб. пособие для нач. проф. образования. – 4-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2008.
3. Шеламова Г.М. Деловая культура и психология общения: Учебник для нач. проф. образования; Учеб. пособие для сред. проф. образования. – 9-е изд., перераб. – М.: Издательский центр «Академия», 2009

Интернет-ресурсы:

1. Интернет-сайт «Школа рекламиста [Adv]schoolRu»: новости, статьи, книги о рекламе, маркетинге, PR и дизайне. Форма доступа: <http://www.advschool.ru/>
2. Специализированный Интернет - портал Рекламного центра БРЭНД-медиа. Основы рекламного агентства, структура рекламного агентства и т.д. Форма доступа: <http://www.brandmedia.ru/>
3. Интернет-сайт «Фес Хауз» Образовательные статьи в разделе «Рекламное дело». Форма доступа: http://fes-house.com/catalog/section/reklamnoe_delo/
4. Интернет-портал «Справочник рекламодателя» (каталог рекламной индустрии Иркутска). Форма доступа: <http://www.reklamno.ru/>
5. Сайт Дальневосточного государственного университета. Курс лекций по «Современным средствам оргтехники». Форма доступа: <http://dvgu.ru/meteo/intra/Orgtech.htm>

4.3 Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием допуска к производственной практике по профилю специальности в рамках профессионального модуля «Выполнение работ по одной или

нескольким профессиям рабочих, должностям служащих» 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 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих».

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>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ведения переговоров с заказчиком и производителем рекламы; – использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа; – оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком; – организации связи со средствами массовой информации; – работы в рекламных акциях в качестве исполнителя. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком; – контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения; – осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг; – выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы; – проводить основные мероприятия связей с общественностью; – применять средства связи; – использовать способы оперативной полиграфии; – использовать вычислительные средства в рекламной деятельности. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – виды рекламной деятельности; – виды рекламных средств и средств распространения рекламы; – направления рекламной работы; – содержание рекламной информации; – применяемые средства рекламы; – рекламные мероприятия; – требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом; – субъекты рекламного процесса и их взаимодействие; – правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг; – ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу; – социально-психологические основы рекламы; – факторы и методы воздействия рекламы на человека; 	<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> <p>Анкетирование.</p>

<ul style="list-style-type: none">– факторы, влияющие на покупку товаров;– информационные материалы связей с общественностью, их виды;– организационную структуру организаций;– средства информационно-коммуникационного обеспечения;– средства оргтехники и требования безопасности труда;– средства составления оригиналов текстовых документов;– средства копирования и оперативного размножения документов;– средства для обработки документов;– средства связи;– вычислительные средства.	
---	--

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.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих» 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.