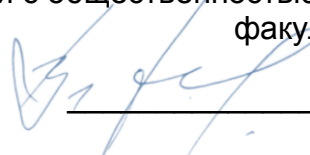


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
связей с общественностью, рекламы и дизайна
факультета журналистики

 д.ф.н., Тулупов В.В.

25.06.2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

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

Код и наименование модуля в соответствии с Учебным планом

42.02.01 «Реклама»

Шифр и наименование специальности

гуманитарный

Профиль подготовки

специалист по рекламе

Квалификация выпускника

очная

Форма обучения

Учебный год: 2023 - 2024

Семестр(ы): 7-8

Рекомендована: НМС факультета журналистики

(Наименование рекомендующей структуры)

протокол от 18.05.2020 № 8

Составители программы:

Загорская А.С. - преподаватель кафедры связей с общественностью, рекламы и
дизайна

Окс С.И. – преподаватель кафедры связей с общественностью, рекламы и дизайна

2020 г.

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	3
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	10
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	11

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014г. № 510 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 «Реклама», входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело».

Программа учебной дисциплины реализуется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее программа ПМ) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО 42.02.01 «Реклама», входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело» в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

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

и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

- ПК 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.
- ПК 5.2. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.
- ПК 5.3. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.
- ПК.5.4. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.
- ПК 5.5. Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.

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:

- ведения переговоров с заказчиком;
- использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при оформлении заказа;
- организации связи со СМИ;

уметь:

- контактировать с заказчиком рекламного продукта и вести с ним переговоры;
- осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг;
- выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;

знать:

- виды рекламной деятельности;
- виды рекламных средств и средств распространения рекламы;
- требования к рекламированию товаров и услуг, установленных законом;

- ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу;
- социально-психологические основы рекламы;
- факторы и методы воздействия на человека.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 328 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 184 часа, включая:

аудиторной учебной работы обучающегося – (обязательных учебных занятий) 112 часов;

внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы обучающегося – 72 часов; учебной практики – 72 часа;

производственной практики – 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код компетенции	Содержательная часть компетенции
ПК-5.1	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.
ПК-5.2	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.
ПК-5.3	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.
ПК-5.4	Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.
ПК-5.5	Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.
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.
------	---

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
			Аудиторная учебная работа обучающегося (обязательные учебные занятия)			Внеаудиторная (самостоятельная) учебная 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			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ПК-5.1-5.5	Раздел 1. Введение в профессию Агент рекламный.	96	64	32	-	32	-	-	-	
ПК-5.1-5.5	Раздел 2. Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг	88	48	16		40				
ПК-5.1-5.5	Учебная практика, часов	72						72		
ПК-5.1-5.5	Производственная практика (по профилю специальности), часов	72								72
	Всего:	328	112	48		72		72	72	

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения	
1	2	3	4	
Раздел 1. Введение в профессию		96		
МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный.		96		
Тема 1.1 Менеджмент в отделе продаж	Содержание	10		
	Практические занятия (темы)			
	1 Распределение обязанностей в отделе продаж			1,2
	2 Роль и задачи каждого сотрудника			1,2
	3 Различия в работе менеджера и рекламного агента			1,2
	4 Работа с тендерами		1,2	
5 Схема вознаграждения рекламного агента, правила сотрудничества с агентствами и редакциями	1,2			
6 Антикризисный менеджмент: какова роль рекламного агента и изменится ли она в ближайшее время	1,2			
Тема 1.2. Основы работы рекламного агента	Содержание	12		
	Практические занятия (темы)		1,2	
	1 Специфика работы рекламного агента		1,2	
	2 Секреты успешных рекламных агентов		1,2	
	3 Принципы позиционирования рекламного агента		1,2	
	4 Понятие продающего письма, его основные элементы		1,2	
	5 Понятие холодных звонков, механика их осуществления		1,2	
	6 Виды и методы рекламных продаж		1,2	
	7 Принципы работы с клиентами		1,2	
	8 Методы поиска клиентов		1,2	
	9 Личное позиционирование агента (офлайн- и онлайн-приемы)		1,2	
	10 Правила работы с теплыми и горячими звонками		1,2	
	11 Особенности составления коммерческих презентаций		1,2	
	12 Понятие воронки продаж		1,2	
13 Нестандартные приемы поиска клиентов	1,2			
14 Понятие портфолио и его роль в работе с клиентами	1,2			

	15	Отслеживание эффективности конкретного рекламного агента		1,2
Тема 1.3. Программное и техническое обеспечение работы агента	Содержание		10	1,2
	Практические занятия (темы)			
		Принципы формирования прайса рекламного продукта		
		Программы, упрощающие работу с клиентами (CRM и другие)		
		Правила для успешной e-mail рассылки		
		Понятие landing page и его роль в поиске новых клиентов		
		Деловая игра на тему «Клиент-агент»		
Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела 1		32	2,3	
<p>Подготовка эссе на темы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Идеальная структура отдела продаж. 2.Особенности составления коммерческих предложений. 3.Различия работы в сегментах B2C и B2B. <p>Подготовка групповых творческих заданий на темы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Нестандартные приемы поиска клиентов. 2. Работа с тендерами. <p>Подготовка индивидуальных творческих заданий на темы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Правила для успешной e-mail рассылки. 2. Личное позиционирование агента (офлайн и онлайн-приемы). <p>Подготовка к контрольной работе - Подготовка к экзамену(7 семестр)</p>				
Тематика домашних заданий				
<p>Подготовка эссе на темы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Идеальная структура отдела продаж. 2.Особенности составления коммерческих предложений. 3.Различия работы в сегментах B2C и B2B. <p>Подготовка групповых творческих заданий на темы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Нестандартные приемы поиска клиентов. 2. Работа с тендерами. <p>Подготовка индивидуальных творческих заданий на темы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Правил для успешной e-mail рассылки. 2. Личное позиционирование агента (офлайн и онлайн-приемы). <p>Подготовка к контрольной работе - Подготовка к экзамену(7 семестр)</p>				
УП.05.01 Учебная практика		72	1,2	
Введение в профессию агент рекламный				
ПП.05.01 Производственная практика.		72	1,2	
Выполнение работ по профессии Агент рекламный				
Виды работ:				
Знакомство с основными принципами работы рекламного агента				
Знакомство с основными принципами работы с документами				
Знакомство с основными принципами работы в сфере BTL				

Знакомство с основными принципами работы рекламного агента			
Знакомство с основными принципами копирайтинга			
Итоговый контроль в форме дифференцированного зачета (в 8 семестре)			
Раздел 2. Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг		88	
МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг		88	
Тема 2.1 Основы рекламной деятельности	Содержание	10	
	Практические занятия (темы)		
	1 Направления в рекламной деятельности		1,2
	2 Особенности современного рекламного процесса		1,2
	3		1,2
	4		1,2
	5		1,2
6	1,2		
Тема 2.2. Виды рекламных услуг. Средства распространения рекламы	Содержание	12	
	Практические занятия (темы)		1,2
	1 Реклама в прессе		1,2
	2 Реклама по радио		1,2
	3 Телевизионная реклама		1,2
	4 Наружная и транспортная реклама		1,2
	5 Интернет-реклама		1,2
	6		1,2
	7		1,2
	8		1,2
	9		1,2
	10		1,2
	11		1,2
	12		1,2
	13		1,2
14	1,2		
15	1,2		
Тема 2.3. Перспективные направления рекламной деятельности	Содержание	10	
	Практические занятия (темы)		1,2
	1 Брендинг – высокоэффективная технология завоевания и удержания потребителя		1,2
2 Директ-маркетинг	1,2		
Тема 2.4. Мировой рынок рекламы и тенденция его	1 Роль рынка рекламных услуг в экономике	1,2	
	2 Рынок рекламных услуг и определение его субъектов	1,2	

развития	3	Исторический процесс развития рынка рекламных услуг. Специфика рынка рекламных услуг. Факторы, влияющие на рынок рекламных услуг.		1,2
	4	Основные тенденции развития рынка рекламы		1,2
	5	Воздействие рекламы на занятость населения. Рекламные агентства как источник рабочих мест		1,2
	6	Структура персонала в современных рекламных агентствах. Особенности труда в отрасли рекламных услуг		1,2
	7	Подходы к установлению заработной платы в сфере рекламных услуг. Специфические черты рекламного работника		1,2
	8	Роль психологического фактора в обеспечении занятости и сохранении кадров в рекламном агентстве		1,2
Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела 2 - Подготовка к экзамену(7 семестр)			40	2,3
Тематика домашних заданий				
ВСЕГО			328	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор View Sonic; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb); экран настенный с электроприводом CS 244*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdm; Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; СПС «ГАРАНТ- Образование».

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244*244; переносной ноутбук 15*Packard Bell. *Программное обеспечение:* WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdm; Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; СПС «ГАРАНТ- Образование».

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы: ауд. 115 ([Воронеж, ул. Хользунова, 40-а](#)). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.);

ауд. 126 ([Воронеж, ул. Хользунова, 40-а](#)). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.); экран настенный CS 244*244, интерактивная доска Promethean.

Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdm; Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; СПС «ГАРАНТ- Образование».

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

При реализации дисциплины используются различные типы лекций (вводная, обзорная и т.д.), семинарские задания (проблемные, дискуссионные и т.д.), применяются дистанционные образовательные технологии в части освоения лекционного и практического материала, проведения текущей аттестации, самостоятельной работы по дисциплине или отдельным ее разделам и т.д.

Основные источники:

1. Психология коммуникаций, рекламы и PR : учебное пособие. — Уфа : БГПУ имени М. Акмуллы, 2015. — 272 с. — ISBN 978-5-87978-912-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL:

<https://e.lanbook.com/book/90957> (дата обращения: 16.02.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. 2. Большакова, И. В. Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Реклама» : учебно-методическое пособие / И. В. Большакова. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2017. — 13 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/144864> — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Реклама и связи с общественностью: теория и практика : / [Е.В. Маслова и др.] ; Воронеж. гос. ун-т .— Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015 .— 370 с.

Интернет-ресурсы:

1. Агент рекламный <https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=10968>
2. Спрос и предложение на рынке труда в рекламе <https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=10153>
3. <http://www.dv-reclama.ru/>
4. <http://www.fabricaidey.ru/>
5. <http://www.sostav.ru/>
6. <http://www.topsostav.ru/>
7. www.adme.ru

***- литература не переиздавалась

4.3. Организация образовательного процесса

В соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01. Реклама реализация компетентного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных форм проведения занятий: групповых дискуссий, деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций, индивидуальных и групповых проектов – в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся.

Дисциплины и модули, для которых освоение данного профессионального модуля необходимо как предшествующее: ОП.05 Сервисная деятельность, ОП.07 Документационное обеспечение управления, ОП.08 Социология рекламной деятельности, ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламного продукта, ПМ.02 Производство рекламной продукции, ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта, ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): Реализация ППССЗ по специальности обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

У преподавателей, отвечающих за освоение обучающимися профессионального учебного цикла, имеется опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы.

Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:

Преподаватели имеют высшее образование, соответствующее профилю профессионального модуля.

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

Контроль и оценка результатов освоения МДК осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, контрольных работ, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Итоговый контроль по профессиональному модулю - экзамен (квалификационный).

Критерии оценки результата итогового контроля по итогам освоения МДК:

- **отлично**: знание основного материала дисциплины, умение самостоятельно использовать его для решения прикладных задач, успешное выполнение тестов;
- **хорошо**: знание большей части материала дисциплины и методов его использования, умение решать типовые задачи, успешное выполнение тестов;
- **удовлетворительно**: наличие представления об основных положениях материала дисциплины, умение использовать его для решения простейших задач, неполное выполнение тестов;
- **неудовлетворительно**: отсутствие практических навыков при слабом представлении о содержании дисциплины, невыполнение тестов.

Зачтено: выполненные в срок все намеченные объемы работ и программа практики, в том числе представленные к защите индивидуальные творческие задания;

Не зачтено: не выполненная программа практики.

Результаты (освоенные профессиональные и общие компетенции)	Основные показатели оценки результата
<p>ПК-5.1 Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.</p> <p>ОК-2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК-4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p> <p>ОК-5 Использовать информационно-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК-9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>Демонстрация навыков ведения переговоров с заказчиком при осуществлении деятельности по поиску и привлечению клиентов, понимая сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявляя к ней устойчивый интерес.</p> <p>Осуществление деятельности по поиску и привлечению клиентов, учитывая социально-психологические основы рекламы, зная факторы и методы воздействия на человека.</p> <p>Осуществление выбора и использование различных видов средств распространения рекламы, используя информационно-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности.</p>
<p>ПК-5.2 Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.</p> <p>ОК-4 Осуществлять поиск и использование</p>	<p>Использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при оформлении заказа, оформляя договорную и финансовую</p>

<p>информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития.</p> <p>ОК-5 Использовать информационно-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК-9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>документацию при работе с заказчиком.</p> <p>Использовать информационно-коммуникативные технологии для осуществления поиска информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития, ориентируясь в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>
<p>ПК-5.3 Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.</p> <p>ОК-2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК-3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p>	<p>Демонстрация работы в рекламных акциях в качестве исполнителя, имея практический опыт организации связи со СМИ, организовывая собственную деятельность, выбирая типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивая их эффективность и качество.</p> <p>Проявление ответственности за свои действия в различных ситуациях.</p>
<p>ПК-5.4 Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг</p> <p>ОК-2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК-3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p>	<p>Демонстрация умений контактировать с заказчиком рекламного продукта и ведения с ним переговоров, осуществляя в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг, организовывая собственную деятельность, выбирая типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивая их эффективность и качество.</p>
<p>ПК-5.5 Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.</p> <p>ОК-2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК-3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p>	<p>Демонстрация навыков по созданию текстов рекламных объявлений при организации собственной деятельности, учитывая требования к рекламированию товаров и услуг, установленных законом, неся ответственность за ненадлежащую рекламу.</p> <p>Проявление ответственности за свои действия в различных ситуациях.</p>
<p>ОК-6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p> <p>ОК-7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<p>Правильная постановка задач и их оценка при общении с коллегами, руководством, потребителями.</p> <p>Проявление ответственности за действия членов команды (подчиненных).</p> <p>Проявление ответственности за результат выполнения задания.</p>
<p>ОК-8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>Корректное определение задач профессионального и личного развития.</p> <p>Самостоятельное изучение новых направлений и инноваций в профессии.</p> <p>Проявление желания повысить свою квалификацию.</p>

