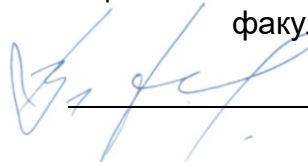


МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

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

  
д.ф.н., Тулупов В.В.

26.05.2023 г.

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

ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»

*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: 2026 - 2027

Семестр(ы): 7,8

Рекомендована: НМС факультета журналистики

*(Наименование рекомендующей структуры)*

протокол от 18.05.2023 № 8

Составители программы:

Гаджиметов Б.Э. – доцент каф. экономики труда и основ управления

Тулупов Вас.В. – доцент каф. связей с общественностью, рекламы и дизайна

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	Стр. 3
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	14
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	16

# 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

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.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
2. ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
3. ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

### **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:**

- 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:**

всего – 324 часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 144 часа, включая:

аудиторной учебной работы обучающегося – (обязательных учебных занятий) 96 часов;

внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы обучающегося – 48 часов;

производственной практики – 180 часов.

## **2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

<b>Код компетенции</b>	<b>Содержательная часть компетенции</b>
ПК-4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
ПК-4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
ПК-4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
ОК-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	Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).
ОК-11	Владеть основами предпринимательской деятельности.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	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 <i>если предусмотрена рассредоточенная практика</i>
			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-4.1-4.3	Раздел 1. Изучение менеджмента и экономических основ рекламной деятельности	72	48	16	-	24	-	-	-
ПК-4.1-4.3	Раздел 2. Изучение рекламы и связей с общественностью в сфере применения	72	48	16	-	24	-	-	-
ПК-4.1-4.3	Учебная практика, часов	72						72	-
ПК-4.1-4.3	Производственная практика (по профилю специальности), часов	108							108
	<b>Всего:</b>	<b>324</b>	<b>96</b>	32	-	<b>48</b>	-	<b>72</b>	<b>108</b>

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

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) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Изучение менеджмента и экономических основ рекламной деятельности		72	
МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности		72	
<b>Тема 1.1</b> Рекламная деятельность. Предмет и содержание.	<b>Содержание</b> 1   Предмет и содержание дисциплины 2   Цели и задачи курса 3   Роль и место рекламы в рыночной экономике 4   Понятие, нормативная регламентация и место рекламы в современном бизнесе	3	
<b>Тема 1.2. Виды рекламы</b>	<b>Содержание</b> 1   Основные виды рекламы 2   Классификация рекламы 3   Реклама и общественное мнение <b>Практические занятия</b> 1   Разработка рекламного слогана	3 3	1 1 1 2,3
<b>Тема 1.3.</b> Организация рекламной деятельности	<b>Содержание</b> 1   Структура организации 2   Внешняя и внутренняя среда организации 3   Рекламная кампания <b>Практические занятия</b> 1. Разработка организационной структуры рекламного агентства	3 3	1 1 1 2,3
<b>Тема 1.4.</b> Планирование рекламной деятельности	<b>Содержание</b> 1   Система рекламного планирования 2   Разработка и реализация рекламной стратегии <b>Практические занятия</b> 1   Разработка оперативного и стратегического плана для рекламного агентства 2   Деловая игра на тему «Производственное совещание»	3 3	1 1 2,3 2,3
<b>Тема 1.5. Контроль и</b>	<b>Содержание</b>	3	

<b>эффективность рекламной деятельности</b>	1	Контроль рекламной деятельности	4	1		
	2	Эффективность рекламной деятельности		1		
	<b>Практические занятия</b>					
	1	Выбор форм контроля рекламной деятельности		2,3		
	2	Расчет показателя эффективности и закрепление методов определения эффективности рекламной деятельности		2,3		
	3	Тестирование по разделу «Рекламная деятельность»		2,3		
<b>Тема 1.6. Менеджмент. Сущность и характерные черты.</b>	<b>Содержание</b>		2			
	1	Сущность и характерные черты современного менеджмента		1		
	2	Понятие менеджмента, его задачи и роль в развитии современного производства		1		
	3	Цели менеджмента		1		
	4	Задачи менеджмента		1		
<b>Тема 1.7 Внешняя и внутренняя среда организации</b>	<b>Содержание</b>		2			
	1	Характеристика внешней и внутренней среды организации		1		
	2	Понятие «окружающая среда организации»		1		
	3	Факторы внешней среды, их состав и влияние на деятельность организации		1		
	<b>Практические занятия</b>					
		Анализ внешней и внутренней среды организации	3	2,3		
<b>Тема 1.8 Функции менеджмента</b>	<b>Содержание</b>		3			
	1	Понятие функция менеджмента		1		
	2	Краткая характеристика функций менеджмента: планирование, мотивация, контроль		1		
	3	Организационные структуры управления предприятием		1		
	4	Понятие и элементы организационных структур управления		1		
	5	Виды организационных структур управления, их характеристика		1		
	6	Понятие мотивации, элементы мотивации		1		
	7	Эволюция теорий мотивации. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации.		1		
	8	Понятие и назначение контроля		1		
	9	Виды контроля: предварительный, текущий, заключительный		1		
	<b>Практические занятия</b>					
	1	Построение и анализ организационных структур управления предприятием		4	2,3	
	2	Анализ системы контроля конкретной организации			2,3	
	<b>Тема 1.9 Система методов управления</b>	<b>Содержание</b>		2		
		1			Характеристика методов управления	1
2		Понятие метод управления	1			
3		Система методов управления: административные, экономические, социально-психологические, их характеристика	1			
4		Особенности применения тех или иных методов управления	1			
<b>Практические занятия</b>						
	1	Анализ предпочтительности методов управления	2	2,3		
<b>Тема 1.10 Деловое общение</b>	<b>Содержание</b>		3			



	1	Правила проведения деловых бесед, совещаний, телефонных переговоров		1	
	2	Деловое общение: понятие, виды, структура, правила поведения		1	
	3	Совещание: понятие, структура, правила проведения		1	
	4	Телефонные переговоры: понятие, правила проведения		1	
	<b>Практические занятия</b>			3	
<b>Тема 1.11 Процесс принятия решений. Управленческое решение</b>	1	Проведение деловых переговоров (деловая игра)	2	2,3	
	<b>Содержание</b>				
	1	Методы и способы принятия решений		1	
	2	. Управленческое решение: понятие, классификация		1	
	3	Методы принятия управленческих решений		1	
<b>Практические занятия</b>		2			
<b>Тема 1.12 Управление конфликтами и стрессами</b>	1	Разработка и принятие управленческого решения (деловая игра)	2	2,3	
	<b>Содержание</b>				
	1	Конфликт: сущность, причины		1	
	2	Виды конфликтов		1	
	3	Последствия конфликтов		1	
	4	Способы разрешения конфликтных ситуаций		1	
	<b>Практические занятия</b>			2	
	1	Анализ конфликтных ситуаций		2,3	
	2	Анализ производственной ситуации		2,3	
	3	Тестирование по разделу «Менеджмент»		2,3	
<b>Тема 1.13 Руководство: власть и партнёрство</b>	<b>Содержание</b>		2		
	1	Основы власти и влияния		1	
	2	Власть: понятие. Формы власти.		1	
	3	Лидерство. Типы лидеров. Качества лидера.		1	
	4.	Стиль руководства: понятие, классификация		1	
	5	Стили руководства, их характеристика		1	
	<b>Практические занятия</b>			2	
	1	Определение стиля руководства		2,3	
	2	Подбор персонала		2,3	
	3	Устный опрос по разделу «Менеджмент»		2,3	
<b>Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела<sup>1</sup></b> работа с литературой ознакомление с нормативными документами работа с электронными учебными ресурсами работа с конспектом лекции составление плана и тезисов ответа составление таблиц для систематизации учебного материала аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование и др.) подготовка мини-сообщений по разделу «Менеджмент» подготовка рефератов составление библиографии решение задач и упражнений по образцу			24	2,3	

решение ситуационных производственных (профессиональных) задач проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности подготовка к промежуточной аттестации – экзамен (7 семестр)			
<b>Раздел 2. Изучение рекламы и связи с общественностью в сфере применения</b>		<b>72</b>	
<b>МДК.04.02 Реклама и связи с общественностью в сфере применения</b>		72	
<b>2.1. Основы рекламы и СО</b>		12	
<b>Тема 2.1.1. Реклама и СО как социальные институты</b>	<b>Содержание</b>	2	
	1. История зарождения понятий «реклама» и «связи с общественностью».		1
	2. Основные черты и функции сфер как социальных институтов.		1
	3. Цели и задачи рекламы и связей с общественностью: прошлое, настоящее и будущее.	1	
	<b>Практические занятия</b>	2	
1. Рассмотрение и разбор примеров рекламы и методик СО в период их зарождения и становления.	2		
<b>Тема 2.1.2. Классификация рекламной деятельности. Типы и формы.</b>	<b>Содержание</b>	2	
	1. Виды рекламной деятельности, основы и специфика профессиональных обязанностей работника сферы.		1
	2. Типы, формы и жанры рекламной продукции.	1	
	<b>Практические занятия</b>	2	
	1. Определение видов и форм рекламной деятельности на конкретных примерах.	2	
<b>Тема 2.1.3. Классификация СО-деятельности. Типы и формы.</b>	<b>Содержание</b>	2	
	1. Виды СО-деятельности, основы и специфика профессиональных обязанностей работника сферы.		1
	2. Типы, формы и жанры СО-текстов, мероприятий, событий.	1	
	<b>Практические занятия</b>	2	
	1. Определение основных видов СО-деятельности на конкретных примерах.	2	
<b>2.2. Функционирование рекламы и СО в спортивной сфере</b>		12	
<b>Тема 2.2.1. Реклама и СО в спортивной сфере: носители рекламы.</b>	<b>Содержание</b>	4	
	1. Специфика функционирования рекламной и СО-деятельностей в спортивной сфере.		1
	2. Характерные носители рекламы для элементов спортивной тематики.		1
	3. «Образ» в спорте, характерные атрибуты.	1	

	<b>Практические занятия</b>	2	
	1. Рассмотрение и самостоятельный разбор примеров рекламы и СО в спортивной сфере.		2
<b>Тема 2.2.2. Поддержка продаж в спортивной сфере, работа с общественностью. Спортивный маркетинг.</b>	<b>Содержание</b>	4	
	1. Особенности рекламных продаж в спортивной сфере, основы работы со спортивной общественностью: спортсмены, болельщики, руководители, потребители.		1
	2. Специфика целей и задач в спортивном маркетинге на современном этапе развития сферы применения.	1	
	<b>Практические занятия</b>	2	
	1. Выполнение практической работы на тему «Спортивный маркетинг»		2
<b>2.3. Реклама и СО в социокультурной сфере</b>		8	
<b>Тема 2.3.1. Специфика создания рекламного продукта в социокультурной деятельности.</b>	<b>Содержание</b>	2	
	1. Характерные особенности социокультурной сферы.		1
	2. Специфика рекламной деятельности, создание рекламного продукта.	1	
	<b>Практические занятия</b>	2	
	1. Рассмотрение и самостоятельный разбор примеров рекламного продукта в социокультурной сфере.		2
<b>Тема 2.3.2. Роль имиджа в культурно-досуговом секторе. Понятие «культурного продукта» как товара.</b>	<b>Содержание</b>	2	
	1. Особенности распространения и продвижения информации в социокультурной сфере.		1
	2. Роль имиджа в культурно-досуговом секторе.		1
	3. Понятие «культурного продукта» как товара.	1	
	<b>Практические занятия</b>	2	
	1. Рассмотрение и самостоятельный разбор примеров рекламного продукта в социокультурной сфере.		2
<b>2.4. Рекламная и СО-деятельность в некоммерческом секторе</b>		10	
<b>Тема 2.4.1. Реклама и СО в некоммерческом секторе.</b>	<b>Содержание</b>	2	
	1. Специфика продвижения и имиджирования в некоммерческом секторе.		1
	<b>Практические занятия</b>	2	
	1. Рассмотрение и самостоятельный разбор примеров рекламного продукта в некоммерческом секторе.		2
<b>Тема 2.4.2. Виды деятельности в НКО – спонсоринг, фандрейзинг.</b>	<b>Содержание</b>	2	
	1. Деятельность современных НКО.		1
	2. Спонсоринг, фандрейзинг.		1
	3. Характерные черты рекламы и СО в некоммерческом секторе.	1	
	<b>Практические занятия</b>	4	
	1. Самостоятельная работа по созданию модели продвижения собственного		2

	рекламного продукта в некоммерческом секторе.		
<b>2.5. Реклама и СО в крупном коммерческом секторе</b>		6	
<b>Тема 2.5.1. Особенности работы рекламных и СО-отделов в компаниях крупного коммерческого сектора.</b>	<b>Содержание</b>	4	
	1. Основные задачи и функции рекламных и СО-отделов в компаниях крупного коммерческого сектора.		1
	2. Методика и продвижение в ведущих предприятиях и корпорациях России и Запада.		1
	3. Годовой отчет.	1	
	<b>Практические занятия</b>	2	2
	1. Рассмотрение и самостоятельный разбор примеров рекламного и СО-продукта в крупном коммерческом секторе.		
<b>2.6. Инструменты рекламы и СО в политической сфере</b>		8	
<b>Тема 2.6.1. Реклама и СО в политической сфере.</b>	<b>Содержание</b>	2	
	1. Инструменты рекламы и СО в политической сфере.		1
	2. Методы политического ПР, политический рекламный ролик.	1	
	<b>Практические занятия</b>	2	2
	1. Рассмотрение и самостоятельный разбор примеров политической рекламы и политических СО-компаний.		
<b>Тема 2.6.2. «Цвета» в политических СО</b>	<b>Содержание</b>	2	
	1. Различные «цвета» СО в политической сфере.		1
	2. Проблемы и способы их решения.	1	
	<b>Практические занятия</b>	2	2
	1. Самостоятельная работа по теме «Цвета» политических СО».		
<b>2.7. Психология цвета в рекламе</b>		8	
<b>Тема 2.7.1. Психология цвета в рекламе.</b>	<b>Содержание</b>	4	
	1. Психология цвета в рекламе.		1
	2. Семантика цвета.		1
	3. Влияние цвета на восприятие рекламного сообщения.	1	
	<b>Практические занятия</b>	4	2
	1. Рассмотрение и самостоятельный разбор примеров применения цвета в рекламном продукте.		
<b>Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела 2.</b>		24	2,3
Работа с литературой, конспектами лекций. Подготовка к устному опросу. Подготовка рефератов на темы «Реклама и СО как социальные институты», «Классификация рекламной деятельности. Типы и формы.», «Специфика создания рекламного продукта в социокультурной деятельности», «Реклама и СО в некоммерческом секторе», «Реклама и СО в крупном коммерческом секторе», «Инструменты рекламы и СО в политической сфере», «Психология цвета в рекламе».			

Решение задач и упражнений. Выполнение практической работы на тему «Спортивный маркетинг». Подготовка к промежуточной аттестации – дифференцированный зачет (7 семестр).		
<b>УП.04.01 Учебная практика.</b> <b>Введение в организацию и управление процессом изготовления рекламного продукта</b> <b>Виды работ:</b> Знакомство с основными правилами взаимодействия с внутренней средой организации.	<b>72</b>	<b>2</b>
<b>ПП.04.01 Производственная практика.</b> <b>Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.</b> <b>Виды работ:</b> Знакомство с основными правилами взаимодействия с внутренней средой организации Знакомство с основными правилами подготовки документов для регистрации авторского права на рекламный продукт Итоговый контроль в форме дифференцированного зачета	<b>108</b>	<b>1,2</b>
<b>Всего</b>	<b>324</b>	

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. Барнагян, В. С. Менеджмент : учебное пособие : [16+] / В. С. Барнагян, С. Н. Гончарова ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ),

2018. – 220 с. : табл., схем., граф. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567184> (дата обращения: 16.02.2021). – Библиогр.: с. 191. – ISBN 978-5-7972-2509-6. – Текст : электронный.

2. Каранина, Е. В. Риск-менеджмент : учебник : [12+] / Е. В. Каранина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 190 с. : табл., ил., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576201> (дата обращения: 16.02.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-1172-8. – DOI10.23681/576201. – Текст : электронный.

3. Мишон Е.В. Управление общественными отношениями [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.В. Мишон .— Воронеж : Воронежский государственный университет, 2015 .— URL:<http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m15-85.pdf>.

4. Реклама и связи с общественностью: теория и практика : / [Е.В. Маслова и др.] ; Воронеж. гос. ун-т .— Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015 .— 370 с.

5. Сукало, Г. М. Экономика организации : учебное пособие : [12+] / Г. М. Сукало. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 213 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=601713> (дата обращения: 16.02.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-1839-0. – DOI 10.23681/601713. – Текст : электронный.

#### **Дополнительные источники:**

1. Дайнеко В.Г. Менеджмент в издательском деле [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие для вузов : / В.Г. Дайнеко ; Воронеж. гос. ун-т. — Воронеж : Издательско-полиграфический центр Воронежского государственного университета, 2012 .— URL:<http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m12-202.pdf>.

2. Методические рекомендации по использованию кейс-метода [Электронный ресурс] : по дисциплинам "Теория и практика менеджмента", "Менеджмент", "Теория управления": учебно-методическое пособие / Воронеж. гос. ун-т, Экон. фак., Каф. экономики труда и основ управления ; сост. О.Н. Полякова, 2015 .— URL:<http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m15-212.pdf>.

3. Методические указания по учебно-производственной практике для студентов 2-4 курсов всех форм обучения направления 080200 "Менеджмент" специализации "Маркетинг" [Электронный ресурс] / Воронеж. гос. ун-т, Экон. фак., Каф. маркетинга ; сост.: А.А. Анучин, Н.Н. Подлесных, О.А. Самагина. Воронеж, 2011. - URL:<http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m11-151.pdf>.

4. Политический менеджмент [Электронный ресурс] : / Воронеж. гос. ун-т ; сост. Д.В. Сосунов.— Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2014. - URL:<http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m14-48.pdf>.

#### **Интернет-ресурсы:**

1. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности. <https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=11551>

2. Полнотекстовая база «Университетская библиотека» – образовательный ресурс. – URL:<http://www.biblioclub.ru>

3. Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – URL:<http://www.lib.vsu.ru>.

4. [www.prosmi.ru](http://www.prosmi.ru) (журналы о рекламе)

5. [www.4p.ru](http://www.4p.ru) (журнал Маркетинг)

6. [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru) (о рекламе)

7. <http://marketing.rbc.ru/> (исследования РБК)

8. [www.gks.ru](http://www.gks.ru) (Госкомстат)
9. <http://romir.ru/> (исследовательская группа Ромир)
10. <http://www.fom.ru/> (фонд «Общественное мнение», исследования)
11. [www.propeler.ru](http://www.propeler.ru) (новости рекламного мира)

#### **4.3. Организация образовательного процесса**

В соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01. Реклама реализация компетентностного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий: деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций, психологических и иных тренингов, 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.

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

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): Реализация ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама 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 объёмы 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-4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.</p> <p>ОК-2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК-6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p> <p>ОК-1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p>	<p>Планирование собственной работы в составе коллектива исполнителей, имея практический опыт планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта.</p> <p>Понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии, проявление к ней устойчивого интереса, зная аспекты планирования рекламы, классификацию целей менеджмента.</p> <p>Бесконфликтная работа в коллективе и команде, эффективное общение с коллегами, руководством, потребителями, применяя знания основных принципов работы организаций в условиях рыночной экономики, пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.</p>
<p>ПК-4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.</p> <p>ОК-2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК-7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<p>Проведение самоконтроля изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее, организовывая собственную деятельность, выбирая типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивая их эффективность и качество.</p> <p>Несение ответственности за себя и работу членов команды (подчинены), результат выполнения заданий, составляя планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта, при работе в СМИ, при проведении презентации рекламного продукта.</p>
<p>ПК-4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.</p>	<p>Подготовка документов для регистрации авторского права на рекламный продукт, зная основные федеральные законы и иные</p>

ОК-5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в РФ. Использование информационно-коммуникативные технологии при подготовке документов.
ОК-3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Быстрая оценка стандартных и нестандартных ситуаций. Самостоятельное осуществление действий для решения различных ситуаций. Проявление ответственности за свои действия в различных ситуациях.
ОК-4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Демонстрация поиска и использования информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК-8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Корректное определение задач профессионального и личностного развития. Самостоятельное изучение новых направлений и инноваций в профессии. Проявление желания повысить свою квалификацию.
ОК-10 Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).	Умение применять профессиональные знания при исполнении воинской обязанности.
ОК-11 Владеть основами предпринимательской деятельности.	Успешное владение основами предпринимательской деятельности и применение этих основ в профессиональной деятельности.