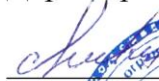


Федеральное казенное профессиональное образовательное учреждение
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Согласовано:

Представитель работодателя:
Директор РГ «Сибيريا Про»


А.Б. Кишов



УТВЕРЖДАЮ:
Заместитель директора по УР:
_____ И. П. Лебедева

Специальность: 42.02.01 - Реклама

**ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

Новокузнецк

Рассмотрено
на заседании МК «Реклама, ОДвЛ»
Протокол № 11 от 25.06.2018 г.
Председатель МК
Осколкова Е.А. _____

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности СПО 42.02.01. Реклама, утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 г. №510, а также в соответствии с учебным планом по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама, утверждённого директором ФКПОУ «НГГТКИ» Минтруда России Агарковым Н. Н., приказ № 89/1. от 31.08.2018 г.

Организация-разработчик рабочей программы:

федеральное казённое профессиональное образовательное учреждение
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-
интернат» Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Разработчики:

Бенюх Э.Р. – преподаватель

Маянская А.С. - преподаватель

Рецензенты:

Кишов А.Б., директор рекламной группы «Сибيريا Про».

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	20
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	25
ЛИСТ ДОПОЛНЕНИЙ И ИЗМЕНЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	27

1 ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ. ОЗ МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

1.1 Область применения программы профессионального модуля

Рабочая программа профессионального модуля (далее программа ПМ) – является частью адаптированной образовательной программы среднего профессионального образования подготовки специалистов среднего звена (далее АОП СПО ПССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Маркетинговое и правовое реализации рекламного продукта и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 3.1 Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

ПК 3.2 Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта

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

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями студент в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- выявления требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- разработки маркетинговой части бизнес-плана;

уметь:

- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
- проводить сегментирование рынка;

- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта.

знать:

- задачи, цели и общие требования к рекламе
- основные направления рекламной деятельности
- виды рекламной деятельности
- структуру рекламного рынка.

Вариативная часть.

В ходе освоения профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- составления медиаплана рекламной кампании;
- использования нормативно-правовых документов в сфере трудового права;
- организации работы трудового коллектива в соответствии нормами трудового права.

уметь:

- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;
- составлять и проводить обоснование медиаплана рекламной кампании;
- применять в профессиональной деятельности нормы трудового права.

знать:

- понятие, виды, порядок организации и проведения работ по реализации рекламной кампании;
- понятие, источники трудового права;
- структуру трудового правоотношения;
- понятие и формы занятости.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Всего: 210 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки студента: 174 часа, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки студента: 162 часа;

самостоятельной работы студента: 40 часов;

консультации: 8 часов;

учебной практики: 36 часов.

2 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности: **Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями (по базовой подготовке):

Код компетенции	Наименование результата обучения
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решение в нестандартных ситуациях
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного роста
ОК 6	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.
ОК 7	в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с руководством, потребителями
ОК 8	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий
ОК 9	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

3 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ. 03 «МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Консультации	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
				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	11
ПК 3.1 – 3.2	Раздел 1. МДК 03.01 Маркетинг в рекламе	90	20	66	30	-	20			-
ПК 3.1 – 3.2	Раздел 2. МДК 03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности	84	20	60	20	-	20			-
ПК 3.1 – 3.2	УП 02.01 Учебная практика	36							36	-
	Всего:	210	40	126	50	-	40	-	36	-

3.2. Содержание обучения профессиональному модулю ПМ. 03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) <i>(если предусмотрены)</i>	Макс. / Аудит. / Самост.	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК 03.01			
Тема 1 Маркетинг и его место в рекламе	<p>Содержание учебного материала: Понятие маркетинга. Цели и задачи маркетинга. Основные принципы маркетинга. Функции маркетинга: аналитическая, производственная, сбытовая и коммуникативная. Рекламная деятельность: понятие, цели и задачи, основные направления. Взаимосвязь маркетинга и рекламы. Особенности использования маркетинга в рекламной деятельности. Рынок. Классификация рынка. Субъекты рекламного рынка. Характеристика рекламного рынка. Развитие рекламного бизнеса в России.</p> <p>№ 1-2 Лекция: Сущность и содержание маркетинга</p> <p>№ 3-4 Лекция: Рекламная деятельность: понятие, цели, виды, основные направления</p> <p>№ 5-6 Лекция: Рынок рекламы: понятие, структура, субъекты.</p> <p>№ 7-8 Практическое занятие: Характеристика рекламного рынка города</p> <p>Самостоятельная работа: Создание презентации «Рекламная деятельность»</p>	<p>10/8/2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p>	<p>1</p> <p></p> <p></p> <p></p> <p></p> <p></p>
Тема 2 Маркетинговые исследования в рекламе	<p>Содержание учебного материала: Маркетинговые исследования: понятие, цели, процедура проведения. Специфика маркетинговых исследований в рекламе. Основные направления маркетинговых исследований, необходимых для успешной рекламы. Методы маркетинговых исследований потребительского рынка. Анализ деятельности субъектов рекламного рынка. Изучение аудитории различных средств распространения информации. Фокус-группы. Мониторинг рекламной информации в основных средствах распространения рекламы. Ведущие</p>		<p>1,2</p>

	международные и российские исследовательские фирмы в области рекламы. Сегментирование рынка и выявление целевых групп потребителей. Понятие сегментирования рынка, цели, используемые критерии. Выявление целевой аудитории. Классификация целевой аудитории. Значение удачного выбора целевой аудитории для успешного проведения рекламной кампании. Проблема достоверности и доступности информации о целевых аудиториях, специфика их получения. Достижение целевой аудитории: понятие и способы.		
№ 9-10	Лекция: Маркетинговые исследования: понятие, цели, процедура проведения. Специфика исследований в рекламе.	2	
№ 11-12	Лекция: Методы маркетинговых исследований. Сегментирование рынка: понятие, цели, критерии, методы.	2	
№ 13-14	Практическое занятие: Создание проекта программы маркетинговых исследований	2	
№ 15-16	Практическое занятие: Целевая аудитория: понятие, классификация, методы выявления.	2	
№ 17-18	Практическое занятие: Выявление целевых групп потребителей.	2	
№ 19-20	Практическое занятие: Выявление целевых групп потребителей.	2	
№ 21-22	Практическое занятие: Разработка анкеты по выявлению потребительских предпочтений	2	
№ 23-24	Лекция: Достижение целевой аудитории: понятие и способы Контрольная работа	2	
	Самостоятельная работа: Составление тестов по теме	4	
Тема 3 Комплекс маркетинговых мероприятий в области рекламы	Содержание учебного материала: Основные элементы комплекса маркетинговых мероприятий – разработка товаров и услуг, ценообразование, формирование каналов сбыта, стимулирование сбыта. Специфика комплекса маркетинга для рекламы. Рекламные услуги: понятие, классификация, основные формы реализации. Рекламный продукт: понятие, и требования, предъявляемые рынком к нему. Особенности изготовления рекламного продукта в зависимости от стратегии рекламной кампании и средств распространения рекламы. Проблемы при разработке и изготовлении рекламного продукта. Порядок взаимоотношений между рекламодателями и производителями рекламы.	18/14/4	1,2

	№ 25-26	Лекция: Комплекс маркетинга: понятие, основные элементы	2	
	№ 27-28	Лекция: Рекламные услуги и рекламный продукт: понятие, классификация	2	
	№ 29-30	Практическое занятие: Создание рекламного обращения для конкретной целевой группы	2	
	№ 31-32	Практическое занятие: Создание рекламного обращения для конкретной целевой группы	2	
	№ 33-34	Практическое занятие: Создание рекламы товара	2	
	№ 35-36	Практическое занятие: Создание рекламы услуги	2	
	№ 37-38	Лекция: Порядок взаимоотношений между рекламодателями и производителями рекламы.	2	
	Самостоятельная работа: Составление кроссворда по теме		4	
Тема 4 Ценообразование в рекламе	Содержание учебного материала: Общие принципы ценообразования на рекламную продукцию и рекламные услуги. Факторы, влияющие на формирование цен в сфере рекламы. Основные тенденции в динамике цен на отечественном рекламном рынке. Расценки на услуги рекламных агентств. Стоимость исследовательских работ. Ценообразование в области производства рекламы в зависимости от средств распространения. Скидки и наценки к тарифам при размещении рекламы.		6/4/2	1,2
	№ 39-40	Лекция: Общие принципы ценообразования на рекламную продукцию и рекламные услуги.	2	
	№ 41-42	Практическое занятие: Расчет стоимости рекламного продукта	2	
	Самостоятельная работа: Решение задач		2	
Тема 5 Маркетинговые коммуникации в рекламе	Содержание учебного материала: Маркетинговые коммуникации: понятие, их место в системе маркетинга. Основные виды маркетинговых коммуникаций и их использование в рекламной деятельности. Маркетинговые коммуникации, используемые рекламными агентствами. Средства распространения рекламной информации и специфика применения отдельных элементов маркетинговых коммуникаций в рекламной деятельности: стимулирования спроса, личных		6/4/2	1,2

	продаж, публичных рилейшнз, ярмарок и выставок. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК): понятие, преимущества и недостатки.		
	№ 43-44 Лекция: Маркетинговые коммуникации: понятие, виды, использование в рекламной деятельности.	2	
	№ 45-46 Практическое занятие: Сравнительная характеристика элементов маркетинговых коммуникаций.	2	
	№ 47-48 Практическое занятие: Создание проекта программы презентации рекламного продукта	2	
	Самостоятельная работа: Подготовка сообщения на тему «Интегрированные маркетинговые коммуникации»		
Тема 6 Планирование рекламной деятельности	Содержание учебного материала: Планирование рекламной кампании: понятие, цели, необходимость при осуществлении рекламной деятельности. Разработка стратегии рекламной кампании. Разработка планов маркетинга и рекламы. Планирование рекламного бюджета. Медиапланирование: понятие, виды, порядок организации и проведение работ по реализации	10/8/2	1,2
	№ 49-50 Лекция: Планирование рекламной компании	2	
	№ 51-52 Практическое занятие: Формирование плана маркетинга	2	
	№ 53-54 Практическое занятие: Планирование рекламного бюджета	2	
	№ 55-56 Лекция: Медиапланирование: понятие, виды, порядок организации.	2	
	Самостоятельная работа: Составление теста по теме	2	
Тема 7 Контроль в системе маркетинга	Содержание учебного материала: Контроль за реализацией комплекса маркетинговых мероприятий в рекламе. Основные источники информации для проведения контроля. Понятие эффективности в рекламе. Эффективность рекламной продукции и эффективность размещения рекламной продукции. Основные показатели эффективности. Корректировка маркетинговых мероприятий в рекламной деятельности.	14/10/4	1,2
	№ 57-58 Лекция: Контроль за реализацией комплекса маркетинговых мероприятий	2	
	№ 59-60 Лекция: Понятие эффективности в рекламе. Основные показатели.	2	
	№ 61-62 Практическое занятие:	2	

		Расчет эффективности рекламы		
	№63-64	Практическое занятие: Расчет эффективности рекламы	2	
	№65-66	Контрольная работа	2	
		Самостоятельная работа: Создание презентации по теме: «Эффективность рекламной продукции»	4	
Всего			90/66/20/4	
МДК 03.02	Правовое обеспечение рекламной деятельности			
	Раздел 1. Право и экономика			
Тема 1.1 Правовое регулирование экономических отношений	Содержание учебного материала: Содержание дисциплины и ее задачи. Связь с другими общими гуманитарными и социально-экономическими, общепрофессиональными и специальными дисциплинами. Значение дисциплины для процесса освоения основной профессиональной программы по специальности. Рыночная экономика как объект воздействия права. Понятие предпринимательской деятельности, ее признаки. Отрасли права, регулирующие хозяйственные отношения в РФ, их источники.		8/4/2	1
	№ 1-2	Лекция: Содержание, задачи и значение курса в профессиональной деятельности	2	
	№ 3-4	Лекция: Понятие и признаки предпринимательской деятельности.	2	
	Самостоятельная работа: - Конспект на тему «Принципы предпринимательства»; - Реферат на тему: «Функции предпринимательства»		2	
Тема 1.2 Правовое положение субъектов предпринимательской деятельности	Содержание учебного материала: Понятие и признаки субъектов предпринимательской деятельности. Виды субъектов предпринимательского права. Понятие юридического лица, его признаки. Организационно-правовые формы юридических лиц. Создание, реорганизация, ликвидация юридических лиц. Несостоятельность (банкротство) субъектов предпринимательской деятельности: понятие, признаки, порядок признания банкротом. Индивидуальные предприниматели (граждане), их права и обязанности.		10/8/2	
	№ 5-6	Лекция: Субъекты предпринимательской деятельности. Юридическое лицо: понятие, признаки, виды	2	

	№ 7-8	Лекция: Организационно-правовые формы юридических лиц	2	
	№ 9-10	Лекция: Индивидуальный предприниматель: особенности правового статуса. Порядок регистрации.	2	
	№ 11-12	Лекция: Право собственности.		
	Самостоятельная работа: - Схема «Виды юридических лиц».		2	
Тема 1.3 Правовое регулирование договорных отношений	Содержание учебного материала: Понятие гражданско-правового договора. Содержание договора. Характеристика элементов договора. Стадии заключения договорных отношений: оферта и акцепт – их характеристика. Формы договора. Виды договоров и их характеристики. Заключение соглашений на торгах. Добровольный порядок изменения или расторжения договора. Судебный порядок изменения или расторжения договорных отношений. Последствия изменения или расторжения договоров.		6/4/2	1,2
	№ 13-14	Лекция: Гражданско- правовой договор: понятие, содержание, виды.	2	
	№ 15-16	Практическое занятие: Проект договора оказания услуг.	2	
	Самостоятельная работа: - Сообщение по теме: «Протокол разногласий по договору»; - Схема «Виды сделок»		2	
Тема 1.4 Правовое регулирование экономических споров	Содержание учебного материала: Понятие экономических споров. Виды экономических споров: преддоговорные споры; споры, связанные с нарушением прав собственника; споры, связанные с причинением убытков; споры с государственными органами; споры о деловой репутации и товарных знаках. Досудебный (претензионный порядок) рассмотрения споров, его значение. Подведомственность и подсудность экономических споров. Сроки исковой давности.		6/4/2	1,2
	№ 17-18	Лекция: Понятие экономических споров, их виды.	2	
	№ 19-20	Практическое занятие: Исковое заявление в суд.	2	

	Самостоятельная работа: - Конспект по теме «Система судов Российской Федерации» - Доклад по теме: «Сроки исковой давности»	2	
Тема 1.5 Правовое регулирование рекламной деятельности	Содержание учебного материала: Понятие рекламного права и рекламного законодательства. Общие требования к рекламе. Правовое регулирование политической, социальной рекламы, рекламы для несовершеннолетних и других видов рекламы. Особенности правового регулирования рекламы на ТВ и радио, в периодических печатных изданиях, в кино, наружной рекламы и рекламы на транспортных средствах. Правовое регулирование рекламы алкогольной продукции, табачных изделий, лекарственных средств и иных товаров. Правовой статус и гражданско-правовые отношения рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей. Авторское право и смежные права в рекламе. Правовая охрана средств индивидуализации товаров. Юридическая ответственность в сфере рекламы.	24/22/2	1,2
	№ 21-22 Лекция: Понятие рекламного права и рекламного законодательства	2	
	№ 23-24 Лекция: Специальные требования к отдельным видам рекламы	2	
	№ 25-26 Практическое занятие: Особенности правового регулирования рекламы в зависимости от способа распространения	2	
	№ 27-28 Практическое занятие: Специальные требования к рекламе отдельных товаров и услуг. Реклама лекарственных средств и медицинских услуг	2	
	№ 29-30 Лекция: Права и обязанности субъектов рекламной деятельности	2	
	№ 31-32 Практическое занятие: Обязательства в сфере рекламы.	2	
	№ 33-34 Лекция: Использование и правовая защита интеллектуальной собственности в рекламной деятельности	2	
	№ 35-36 Лекция: Правовые средства индивидуализации товарных знаков в рекламе	2	
	№ 37-38 Практическое занятие: Авторское право в рекламе	2	

	№ 39-40	Практическое занятие: Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.	2	
	№ 41-42	Контрольная работа	2	
	Самостоятельная работа: - Сообщение по темам: «Классификация рекламной информации»; «Антимонопольные органы в регулировании рекламной деятельности»		8	
Раздел 2 Трудовое право				
Тема 2.1 Правовое регулирование трудовых отношений	Содержание учебного материала: Понятие трудового права. Источники трудового права. Трудовой кодекс РФ. Основания возникновения, изменения и прекращения трудового правоотношения. Структура трудового правоотношения. Субъекты трудового правоотношения. Общая характеристика законодательства РФ о трудоустройстве и занятости населения. Государственные органы занятости населения, их права и обязанности. Негосударственные организации, оказывающие услуги по трудоустройству граждан. Понятие и формы занятости. Порядок и условия признания гражданина безработным. Правовой статус безработного. Пособие по безработице. Иные меры социальной поддержки безработных. Повышение квалификации и переподготовка безработных граждан.		6/4/2	1,2
	№ 43-44	Лекция: Трудовое право как отрасль права.	2	
	№ 45-46	Лекция: Правовое регулирование занятости и трудоустройства. Резюме	2	
	Самостоятельная работа: -Доклад по теме «Правовой статус безработного»		2	
Тема 2.2 Трудовой договор	Содержание учебного материала: Понятие трудового договора, его значение. Стороны трудового договора. Содержание трудового договора. Виды трудовых договоров. Порядок заключения трудового договора. Документы, предоставляемые при поступлении на работу. Оформление на работу. Испытания при приеме на работу. Понятие и виды переводов по трудовому праву. Отличие переводов от перемещения. Совместительство. Основания прекращения трудового договора. Оформление увольнения работника. Правовые последствия незаконного увольнения.		6/4/2	1,2
	№ 47-48	Лекция: Понятие трудового договора, его виды	2	

	№ 49-50	Практическое занятие: Проект трудового договора	2	
	Самостоятельная работа: - Сообщения по темам: «Правовые последствия незаконного увольнения работника»; «Прекращение трудового договора по инициативе работодателя»		4	
Тема 2.3 Рабочее время и время отдыха. Зарботная плата	Содержание учебного материала: Понятие рабочего времени, его виды. Понятие и виды времени отдыха. Отпуска: понятие, виды, порядок предоставления. Порядок установления рабочего времени и времени отдыха для лиц, совмещающих работу с обучением. Экономическое и правовое содержание заработной платы. Правовое регулирование заработной платы: государственное и локальное. Минимальная заработная плата. Индексация заработной платы. Системы заработной платы: сдельная и повременная. Оплата труда работников бюджетной сферы. Единая тарифная сетка. Порядок и условия выплаты заработной платы.		4/2/2	2,3
	№ 51-52	Лекция: Рабочее время и время отдыха	2	
	Самостоятельная работа: - Доклад по теме: «Особенности предоставления отпусков отдельным категориям граждан»		2	
Тема 2.4 Трудовая и материальная ответственность	Содержание учебного материала: Понятие трудовой дисциплины, методы ее обеспечения. Понятие дисциплинарной ответственности. Виды дисциплинарных взысканий. Порядок привлечения работника к дисциплинарной ответственности. Порядок обжалования и снятия дисциплинарных взысканий. Понятие материальной ответственности. Основания и условия привлечения работника к материальной ответственности. Полная и ограниченная материальная ответственность. Индивидуальная и коллективная материальная ответственность.		4/2/2	2,3
	№ 53-54	Лекция: Трудовая дисциплина. Материальная ответственность.	2	
	Самостоятельная работа: - Сообщение по теме «Материальная ответственность работодателя»		3	
Тема 2.5 Трудовые споры	Содержание учебного материала: Понятие трудовых споров, причины их возникновения. Классификация трудовых споров. Понятие и механизм возникновения коллективных трудовых споров. Порядок разрешения коллективных трудовых споров: примирительная комиссия, посредник, трудовой арбитраж. Понятие индивидуальных трудовых споров. Органы по рассмотрению индивидуальных		4/2/2	2,3

	трудовых споров: комиссии по трудовым спорам, суд. Сроки подачи заявлений и сроки разрешения дел в органах по рассмотрению трудовых споров. Исполнение решения по трудовым спорам.			
	№ 55-56	Лекция: Понятие трудовых споров и их виды	2	
	Самостоятельная работа: - Составление тестов по теме «Трудовые споры»		3	
	Раздел 3. Административное право		4/4/-	
Тема 3.1 Административные правонарушения и административная ответственность	Содержание учебного материала: Понятие административного права. Субъекты административного права. Административные правонарушения. Понятие административной ответственности. Виды административных взысканий. Порядок наложения административных взысканий.		4/4/-	2,3
	№ 57-58	Лекция: Административные правонарушения. Административная ответственность	2	
	№ 59-60	Дифференцированный зачет	2	
Всего			84/60/20/4	
Учебная практика УП.03.01			36	
Виды работ:				
Выявление требований целевых групп потребителей			6	
Разработка средств продвижения рекламного продукта Разработка маркетинговой части бизнес-плана Разработка договора на оказание рекламных услуг.			6	
Разработка рекламного объявления по рекламному продукту, учитывая обязательные требования к рекламе. Документы необходимые для получения охранного документа на товарный знак рекламного продукта.			6	
Разработка договора на оказание рекламных услуг.			6	
Разработка рекламного объявления по рекламному продукту, учитывая обязательные требования к рекламе. Документы необходимые для получения охранного документа на товарный знак рекламного продукта.			6	
Максимальная учебная нагрузка:			210	
в том числе:				
Лекции			76	
Практические занятия			50	
Учебная практика			36	
Самостоятельная работа			40	

	Консультации	8	
--	---------------------	----------	--

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 ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля требует наличия:

Кабинета экономики и менеджмента:

Оборудование:

- доска учебная,
- стол 2-х местный – 8 шт.,
- стол преподавателя – 1 шт.,
- стул – 12 шт.;

Технические средства обучения:

- автоматизированное место преподавателя (ноутбук),

Кабинета проектирования рекламного продукта:

Оборудование:

- автоматизированное место преподавателя (ПК),
- автоматизированное место обучающегося (ПК) – 11 мест,
- доска магнитная – 1 шт.,
- стол 1 местный – 6 шт.,
- стул ортопедический – 13 шт.,

Технические средства обучения:

- мультимедиа проектор – 1 шт.,
- экран – 1 шт.,
- телевизор – 1 шт.,
- принтер – 2 шт.,
- графический планшет – 6 шт.;

4.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Альбов [и др.] ; под общей редакцией А. П. Альбова, С. В. Николюкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2017. — 549 с. — (Профессиональное

образование). — ISBN 978-5-534-03717-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/404792>.

2. Щепилова, Г. Г. Маркетинговое и правовое обеспечение рекламной деятельности : учебник для СПО / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 381 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01247-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/9464C294-56C2-44C8-8E0E-D00856951E8E

Дополнительные источники:

1. Капустин, А. Я. Правовое обеспечение профессиональной деятельности учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Я. Капустин, К. М. Беликова; под редакцией А. Я. Капустина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2017. — 382 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02770-9. — Текст электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/401930>

Интернет -ресурсы:

1. ГАРАНТ [Электронный ресурс]: информационно-правовой портал: сайт. — Режим доступа: <http://www.garant.ru/>, свободный;
2. КОДЕКС (справочно-правовая система) [Электронный ресурс]: сайт / Информ. - правовой консорциум «КОДЕКС». - Москва, 1991- Режим доступа: <http://www.kodeks.ru>, свободный
3. Министерство образования и науки РФ [Электронный ресурс]: сайт. - Режим доступа: <http://минобрнауки.рф>
4. Президент Российской Федерации: [Электронный ресурс] сайт. - Режим доступа: [http:// www.president.kremlin.ru](http://www.president.kremlin.ru)
5. Государственная Дума Федерального Собрания РФ [Электронный ресурс]: сайт. - Режим доступа: [http:// www.duma.gov.ru](http://www.duma.gov.ru)
6. Правительство РФ [Электронный ресурс]: сайт. - Режим доступа: <http://www.government.gov.ru>

7. Верховный Суд РФ [Электронный ресурс]: сайт. - Режим доступа: <http://www.supcourt.ru>
8. Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации [Электронный ресурс]: сайт. – Режим доступа: <http://www.mnr.gov.ru>
9. Уполномоченный по правам человека в Российской Федерации [Электронный ресурс]: сайт. - Режим доступа: <http://www.ombudsmanrf.ru>
10. www.economicus.ru (Проект института «Экономическая школа»);
11. www.ecsocman.edu.ru (Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»).
12. ЮРАЙТ : электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2018. – URL: <https://biblio-online.ru>.

4.3 Организация обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в рамках освоения ПМ. 03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»

Профессиональное обучение обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляются на основе образовательной программы, адаптированной для обучения указанных обучающихся в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида. Для обеспечения доступности образования обучающимися данной группы создаются специальные условия.

Под специальными условиями для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения, воспитания и развития, включающие в себя использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в аудитории и мастерские Колледжа-интерната и другие условия, без которых невозможно или

затруднено освоение образовательных программ обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

1. Специальные условия:

- пандусы (входной пандус, пандус внутренний к коридорам),
- поручни;
- расширенные дверные проемы,
- лифт – 2 шт.,
- локальные пониженные стойки-барьеры;
- эргономическая мебель;
- специально оборудованные санитарные, ваннные комнаты;
- штатный сурдопереводчик;
- мобильный радиокласс (радиомикрофон) «Сонет - РСМ» (12 мест);
- система информационная для слабослышащих «Исток А2»;
- электронные лупы;
- информационный киоск;
- сайт с версией для слабовидящих.

2. Специальные технические средства:

- Мультимедийный компьютер;
- Средства видеоподдержки учебного процесса (компьютер с доступом в Интернет, видеопроектор, экран);
- Средства аудиоподдержки учебного процесса (аудиосистема);

3. Специальные образовательные и реабилитационные технологии:

1.1 ОТО – ординарные технологии обучения:

- Лекционный материал:

для слабовидящих - аудиоматериал;

для слабослышащих – видеоматериал с субтитрами, курс лекций на электронном носителе;

- Слайды, презентации;
- Инновационные лекции, используемые научные методы познания, подачи и изложения материал. Например, лекция вдвоём, лекция пресс-конференция,

лекция-конференция, лекция-провокация – данные методы ориентированы на психофизические особенности контингента обучающихся:

1.2 ИТО – интенсивные технологии обучения:

- Компьютерные технологии с применением интерактивных методов наложения текста на учебный видеоматериал (видео статьи), интерактивные мультимедийные презентации;
- Технологии исследовательской и проблемной ориентации: проблемно-поисковый метод, решение проблемных задач, анализ исторических событий;
- Предоставление услуг ассистента-помощника (социальный педагог, родитель, студенты старших курсов);
- Технологии графического, матричного и стенографического сжатия информации: опорные конспекты, алгоритмы-путеводители, сравнительные таблицы, схемы, хронологии событий;
- Коммуникативные технологии: индивидуальная траектория компенсирующего (углубленного) образования; взаимообучение через диалог и дискуссию, дистанционно-образовательные технологии.

1.3 ВТО – высокие технологии обучения:

- Мультимедиа технологии, реализуемые на основе специально структурированных электронных материалов, адаптированного программно-аппаратного обеспечения (видео уроки, видео лекции);
- Мультимедиа технологии в живом контакте педагога и обучающегося (работа по скайпу, по электронной почте).

концентрации внимания и т.п.

- система мер, направленных на устранение или возможно более полную компенсацию ограничений жизнедеятельности,

**5 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.
03 «МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ
РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»**

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

Результаты (освоенные профессиональные и общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1 Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	Соответствие анкеты, разработанной для исследования предпочтений целевых групп потребителей, целям и задачам опроса и требованиям к составлению опросных анкет	Экспертная оценка выполнения практического занятия, индивидуального задания Тестирование.
ПК 3.2 Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	Обоснованность отбора средств, направленных на продвижение рекламного продукта с учетом анализа предпочтений целевых групп потребителей; Соблюдение законодательства в сфере рекламной деятельности при разработке средств продвижения рекламного продукта	
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Демонстрация устойчивого интереса к выбранной профессии, понимания её сущности и социальной значимости	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Умение эффективно организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем	Мониторинг роста творческой самостоятельности и навыков получения нового знания каждым обучающимся
ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решение в нестандартных ситуациях	Результативность анализа рабочей ситуации, осуществление текущего и итогового контроля, оценки и коррекции собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.	Практические работы
ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку	Результативность осуществления эффективного поиска	

информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного роста	необходимой информации для эффективного выполнения профессиональных задач с использованием различных источников, включая электронные	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.	Результативность и эффективность использования новых ИКТ технологий (или их элементов) при осуществлении профессиональной деятельности	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с руководством, потребителями	Демонстрация устойчивых навыков эффективного взаимодействия со всеми участниками образовательного процесса в период обучения	
ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий	Использование методов стимулирования деятельности членов профессионального коллектива. Оценивание уровня ответственности за результат деятельности.	
ОК.8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Самостоятельное освоение дополнительных профессиональных компетенций. Участие в профессиональных конкурсах и общественной деятельности образовательного учреждения.	

Разработчики:

федеральное казенное профессиональное образовательное учреждение «Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат» Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации.

Преподаватели:

Бенюх Э.Р. _____

Маянская А.С. _____

**ЛИСТ ДОПОЛНЕНИЙ И ИЗМЕНЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 МАРКЕТИНГОВОЕ И
ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО
ПРОДУКТА**

/ см. файл ЛИСТЫ ДОПОЛНЕНИЙ

Дата внесения изменений: Протокол МК от _____ 20__ г.	Место внесения изменения в структуре рабочей программы	Содержание изменения рабочей программы
Протокол № _____ от « » _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от « » _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от « » _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от « » _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от « » _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от « » _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от « » _____ 20__ г.		